

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA I



TESIS DOCTORAL

**El papel de las nuevas tecnologías en el
emprendimiento social. Análisis empírico
cuantitativo del caso de la Unión Europea
(2000-2015)**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Concepción Galdón Sanz-Pastor

DIRECTOR

Juan Manuel Ramírez Cendrero

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

Departamento de Economía Aplicada I (Economía Internacional y
Desarrollo)



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

***El papel de las nuevas tecnologías en el
emprendimiento social. Análisis empírico
cuantitativo del caso de la Unión Europea
(2000-2015)***

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

Concepción Galdón Sanz-Pastor

Bajo la dirección del doctor:

Juan Manuel Ramírez Cendrero

Madrid, 2016

*A mis padres y hermanos,
por su cariño y apoyo*

*A Juan,
por ser el mejor compañero, mi motor y mi descanso*

*A mi primera hija,
cuyo próximo nacimiento ha sido la ilusión de estos últimos meses*

“While technology is important, it’s what we do with it that truly matters. That’s where the new concept of business called social business becomes so vitally important. Each of us has the ability to unleash our creativity to find solutions that lift up people and communities.”¹

Muhammad Yunus
Ganador del Premio Nobel de la Paz y fundador de Grameen Bank

¹ “Si bien la tecnología es importante, es lo que hacemos con ella lo que importa realmente. Ahí es donde el nuevo concepto de la denominada empresa social se vuelve de vital importancia. Cada uno de nosotros tiene la capacidad de dar rienda suelta a nuestra creatividad para encontrar soluciones que eleven a las personas y las comunidades” Muhammad Yunus en el Blog *A Global Conversation to Join* en Huffingtonpost.com publicado el 10/09/2012.

Agradecimientos

A lo largo de estos cuatro años y medio, durante los que he compaginado el trabajo en esta Tesis doctoral con mi trabajo en IE Business School, las clases que he recibido e impartido, el impulso a la empresa social Puentes Global y el tiempo que merecen la familia y los amigos, son muchísimas las personas que han estado a mi lado, animándome y apoyándome. Sin ellos, esta Tesis doctoral no existiría. Intentar citar aquí a cada uno de ellos resultaría imposible. Trataré de agradecer a aquellos con quienes tengo deudas más importantes.

En primer lugar, quiero agradecer a mi director de tesis Juan Manuel Ramírez Cendrero, cuyo compromiso en estos años ha sido un importante acicate a mi trabajo. Su rigor profesional y su permanente guía me han mantenido encaminada en el trabajo de investigación, en medio de los vaivenes propios de la producción académica. A pesar de su intensa agenda profesional, Juan Manuel ha estado siempre disponible, sobre todo en los momentos más relevantes, orientándome con transparencia y firmeza. Esta Tesis doctoral es inimaginable sin sus contribuciones, que han constituido sólidos cimientos en su construcción.

Esta Tesis doctoral se ha beneficiado extraordinariamente de la generosidad de Julio de Castro, quien desde el inicio me alentó a comenzar esta aventura. En diversos puntos de la investigación, discutir en profundidad ideas y diversos borradores de trabajo con Julio fue para mí de una enorme importancia, orientando definitivamente el curso de la investigación así como sus contenidos. También debo inmenso agradecimiento a Rachida Justo, coautora de uno de los principales trabajos en los que se fundamenta esta Tesis doctoral. Las conversaciones con ella en momentos críticos siempre han sido iluminadoras sobre el camino a seguir.

Esta travesía nunca hubiera llegado a su fin sin el impulso de quienes me animaron a dar los primeros pasos en ella. En primer lugar, tengo que dar las gracias a Diego del Alcázar, que plantó en mí el deseo de iniciar el doctorado y ha seguido animándome en el camino desde entonces. En los meses durante los que pensaba si lanzarme a hacer el doctorado o no tuve el apoyo incondicional de Celia de Anca, con quien tenía el placer de trabajar en aquel momento en el Centro de Diversidad de IE, que dirige. Sus consejos fueron una parte importantísima de mi decisión. Asimismo, tengo una gran deuda pendiente con Rafael Puyol. En el momento de decidirme a hacer el doctorado, Rafael fue una gran inspiración, tanto en la decisión final en cuanto

a iniciar el doctorado como en la elección de la universidad. Desde entonces, siempre ha sido un apoyo, interesándose por mis avances y alentándome.

Como indicaba al inicio, en estos años he compaginado el trabajo en esta Tesis doctoral con otras tareas profesionales. Estoy muy agradecida a mis compañeros de IE Business School y de Puentes Global, que han caminado conmigo en este proceso. En primer lugar, tengo que agradecer a Juan José Güemes su permanente aliento desde que, ya iniciado el doctorado, comencé a trabajar en el Centro de Emprendimiento e Innovación de IE que él preside. Sin su flexibilidad y comprensión en momentos críticos de este trabajo nunca hubiera podido tener el tiempo y el sosiego necesarios para culminarlo. También quiero dar las gracias a mis compañeros del Centro de Emprendimiento e Innovación de IE por su constante apoyo, sus ánimos y su paciencia. Finalmente, la empresa social Puentes Global, de la que soy confundadora, ha salido adelante estos años en que mi dedicación a ella se ha ido reduciendo gracias al esfuerzo de colaboradores y voluntarios que me han permitido tener el tiempo y la energía para desarrollar esta investigación. Muchas gracias a todos ellos. Especialmente estoy en deuda con Javier Miró, que ha dado un gran impulso a Puentes Global durante los últimos dos años, coincidiendo con la época de mayor intensidad de trabajo en esta Tesis doctoral.

Tanto o más importante que el apoyo académico y profesional en este tiempo ha sido el acompañamiento personal de mi familia y mis amigos. Un trabajo de investigación de más de cuatro años pasa por momentos de ánimo y, también, por momentos de desaliento. En ambos momentos, pero sobre todo en los días de desánimo, han sido ellos quienes me han hecho seguir adelante, no permitiéndome dudar de mí misma al ver su confianza. Desde los primeros días he encontrado un verdadero “entrenador” académico en mi padre, que no ha dejado nunca de motivarme. Mi madre y mis hermanos han sido pacientes y siempre alentadores frente al tiempo y la energía que la Tesis doctoral les ha quitado de mí. Pero mi mayor agradecimiento es para Juan, mi marido, verdadero compañero en cada día de este proceso y a quien más horas de compañía le ha robado esta Tesis doctoral. Me resulta inimaginable pensar cómo hubiera logrado llegar hasta aquí sin su serenidad, su cariño y su determinación inmutables.

Índice general

Índice de gráficos	xvii
Índice de figuras	xviii
Índice de tablas	xix
Resumen	xxvii
Abstract	xxx

INTRODUCCIÓN

Justificación, objetivos y estructura de la investigación	3
1. Relevancia del tema y justificación.	5
2. Objetivos e hipótesis de la investigación	13
3. Estructura de la investigación	16

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO

Capítulo 1: Conceptuación y referentes teóricos	21
1.1. Definición del objeto de estudio: El emprendimiento social	22
1.2. Referentes teóricos	30
1.2.1. Teoría de la dependencia de recursos: El acceso a recursos en el emprendimiento social	30
1.2.2. Las nuevas tecnologías como un recurso en el emprendimiento social	35
1.2.3. El rol de la tecnología en el emprendimiento social según el modelo de Gartner	39
Capítulo 2: Tecnología y emprendimiento en el modelo de Gartner. Aprendizajes para el emprendimiento social	45
2.1. El individuo: El papel de las nuevas tecnologías en el descubrimiento de oportunidades y la movilización de recursos	47

2.1.1.	El perfil del emprendedor: del joven emprendedor individual a equipos liderados por adultos en el caso de nuevas tecnologías.	48
2.1.2.	La detección de oportunidades por parte del emprendedor y el uso de nuevas tecnologías	51
2.1.3.	Cualidades del emprendedor en la movilización de recursos, entre ellos las nuevas tecnologías.	55
2.2.	La organización: El papel de las nuevas tecnologías en la determinación de la estrategia.	56
2.2.1.	Organizaciones capaces de aprovechar el conocimiento.	57
2.2.2.	Catalizar el talento en organizaciones que quieren aprovechar las nuevas tecnologías.	58
2.2.3.	Organizaciones orientadas a establecer alianzas.	60
2.3.	Los procesos y actividades.	61
2.3.1.	Procesos dirigidos a acumular recursos.	62
2.3.2.	Procesos distribuidos y cadenas de valor de arquitectura abierta.	63
2.3.3.	Procesos ágiles y procesos <i>lean</i>	64
2.4.	El entorno: El papel en el emprendimiento social de la presencia de nuevas tecnologías en el entorno.	66
2.4.1.	El <i>cluster</i> como entorno privilegiado del emprendedor tecnológico.	67
2.4.2.	El emprendedor tecnológico en su relación con el entorno.	69

SEGUNDA PARTE: CONTEXTUALIZACIÓN

Capítulo 3: Evolución histórica del emprendimiento social en Europa hasta principios del siglo XXI.	75
3.1. El emprendimiento social hasta el final del siglo XX.	76
3.1.1. Origen del concepto de emprendimiento social.	77
3.1.2. Desarrollo del emprendimiento social a finales del siglo XX. ..	82
3.2. Emprendimiento social en el siglo XXI.	88
3.2.1. Europa a principios del siglo XXI.	89
3.2.2. Convergencia entre ambos lados del Atlántico.	92

Capítulo 4: Situación del emprendimiento social en la Unión Europea a principios del siglo XXI..... 99

4.1. Descripción del perfil demográfico y socioeconómico de los emprendedores sociales de la Unión Europea de principios del siglo XXI. ...	101
4.1.1. País de origen.	101
4.1.2. Género.	104
4.1.3. Edad.	107
4.1.4. Tamaño del hogar	110
4.1.5. Nivel de ingresos del hogar.	112
4.1.6. Situación profesional	115
4.1.7. Nivel educativo	118
4.2. Descripción de categorías y subcategorías de emprendedor social....	121
4.3. Descripción en función de uso de tecnología y su novedad, innovación y desempeño.	125
4.3.1. Novedad de la tecnología.	125
4.3.2. Innovación.	128
4.3.3. Exportación	133
4.3.4. Número de trabajadores.	135

TERCERA PARTE: ANÁLISIS EMPÍRICO CUANTITATIVO DE LA RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA UNIÓN EUROPEA (2000-2015).

Capítulo 5: Base de datos y metodología de análisis 141

5.1. Adecuación de la base de datos al objeto de estudio.	142
5.1.1. <i>Global Entrepreneurship Monitor Project.</i>	143
5.1.2. <i>2009 Special Report on Social Entrepreneurship.</i>	146
5.2. Adecuación de la metodología de análisis, regresión lineal múltiple, a los objetivos del estudio.	148
5.2.1. Consideraciones metodológicas previas.	149
5.2.2. Robustez del análisis: Vigencia de las condiciones para la contrastación de hipótesis usando regresión lineal múltiple.	150
5.3. Tratamiento y preparación de la base de datos original.	155

5.3.1.	Ponderaciones	155
5.3.2.	Tratamiento de valores perdidos	155
5.3.3.	Tratamiento de valores extremos	155
5.4.	Datos de la muestra: población, periodo de análisis y variables.....	156
5.4.1.	Construcción de variables fundamentales.....	156
5.4.2.	Descripción de la base de datos final.....	158
5.5.	Especificación de los modelos para el contraste de hipótesis.	161
5.5.1.	Consideraciones generales.....	161
5.5.2.	Hipótesis 1: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antigua.	162
5.5.3.	Hipótesis 2: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.	164
5.5.4.	Hipótesis 3: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas.	165

Capítulo 6: Análisis empírico cuantitativo de la relación de los emprendedores sociales de la Unión Europea con las nuevas tecnologías. 167

6.1.	Emprendedores sociales en la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que utilizan.	169
6.1.1.	País de origen	170
6.1.2.	Género	174
6.1.3.	Edad.....	175
6.1.4.	Tamaño del hogar	178
6.1.5.	Ingresos	180
6.1.6.	Nivel educativo	182
6.1.7.	Tipos de emprendedor social.	185
6.2.	Emprendimiento social, nuevas tecnologías y desempeño en aspectos no económicos.....	187

6.2.1.	Emprendimiento social, nuevas tecnologías y exportación...	188
6.2.1.1.	Relación entre novedad de la tecnología y si tienen o no clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea.....	188
6.2.1.2.	Relación entre la novedad de la tecnología y si tienen o no clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social.....	190
6.2.1.3.	Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que sí tienen clientes fuera del país.....	192
6.2.1.4.	Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que sí tienen clientes fuera del país por categorías de emprendedor social.....	195
6.2.2.	Emprendimiento social, nuevas tecnologías y número de empleados en emprendedores sociales con hasta 40 empleados.	197
6.2.2.1.	Relación entre la novedad de la tecnología y el número de empleados para los emprendedores sociales de la Unión Europea con hasta 40 empleados.....	197
6.2.2.2.	Relación entre la novedad de la tecnología y el número de empleados para los emprendedores sociales de la Unión Europea con hasta 40 empleados por categorías de emprendedor social.....	199
6.3.	Emprendimiento social, nuevas tecnologías y generación de ingresos de mercado.	201
6.3.1.	Relación entre la novedad de la tecnología y si generan ingresos de mercado para los emprendedores sociales ONG de la Unión Europea	202
6.3.2.	Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de ingresos de mercado para emprendedores sociales de la Unión Europea que sí generan ingresos de mercado.....	204
6.3.3.	Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de ingresos de mercado para emprendedores sociales de la Unión Europea que sí generan ingresos de mercado por categorías de emprendedor social.....	207
6.4.	Emprendimiento social, nuevas tecnologías e innovación no tecnológica.....	211

6.4.1. Relación entre la novedad de la tecnología y la innovación no tecnológica para los emprendedores sociales de la Unión Europea. ..	211
6.4.2. Relación entre la novedad de la tecnología y la innovación no tecnológica para los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social.....	214

Capítulo 7: El papel de la novedad de las nuevas tecnologías en el emprendimiento social en la Unión Europea: Discusión de resultados del análisis..... 221

7.1. Las nuevas tecnologías como recurso: Discusión sobre su efecto en la dependencia de las empresas sociales respecto de su entorno a la luz de los resultados estadísticos.	224
7.1.1. Cualidades del emprendedor social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.....	225
7.1.2. Cualidades de la organización/ empresa social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.....	228
7.1.3. Los procesos y actividades en las empresas sociales en la Unión Europea que usan nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.....	231
7.1.4. El entorno en que emerge el emprendedor social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.....	232
7.2. Discusión del efecto del uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea sobre los elementos definitorios del emprendimiento social.	235
7.2.1. El desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.	236
7.2.2. La generación de ingresos de mercado del emprendedor social en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.	240
7.2.3. La innovación no tecnológica del emprendedor social en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.....	243

CONCLUSIONES

Capítulo 8: Principales conclusiones de la investigación, aplicaciones y futuras líneas de investigación..... 249

- 8.1. Respuestas a las hipótesis de partida y discusión sobre los objetivos de investigación..... 252
- 8.2. Aplicaciones y futuras líneas de investigación..... 262

ANEXOS

Anexo 1: Global Entrepreneurship Monitor: Descripción general del proyecto 269

- A1.1. Modelo teórico. 270
- A1.2. Superioridad de *Global Entrepreneurship Monitor* frente a otras alternativas para el presente estudio. 275

Anexo 2: *Global Entrepreneurship Monitor* 2009: Metodología de captura de información..... 277

- A2.1. El ciclo de captura de datos de la Base de datos de población adulta *Global Entrepreneurship Monitor* 2009. 278
- A2.2. Características de la captura de datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009 en la Unión Europea país por país. 279
 - A2.2.1. Alemania 279
 - A2.2.2. Bélgica 280
 - A2.2.3. Croacia..... 280
 - A2.2.4. Eslovenia..... 280
 - A2.2.5. España 281
 - A2.2.6. Finlandia..... 281
 - A2.2.7. Francia 281
 - A2.2.8. Grecia..... 282
 - A2.2.9. Holanda..... 282
 - A2.2.10. Hungría 282
 - A2.2.11. Italia..... 282
 - A2.2.12. Letonia 283

A2.2.13. Reino Unido.....	283
A2.2.14. Rumanía.....	283
Anexo 3: Base de datos: Descripción de las variables.....	285
A3.1. Base de datos general.	286
A3.2. Base de datos comparada: Emprendedor social vs. Emprendedor comercial.	287
A3.3. Base de datos comparada: Emprendedor social por categorías de emprendedor social.	289
Bibliografía.....	293

Índice de gráficos

Gráfico 4.1. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por país	103
Gráfico 4.2. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por género.....	106
Gráfico 4.3. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por edad.....	109
Gráfico 4.4. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por tamaño del hogar.....	111
Gráfico 4.5. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por nivel de ingresos del hogar.....	114
Gráfico 4.6. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por situación profesional.....	117
Gráfico 4.7. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por nivel educativo.....	120
Gráfico 4.8. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por novedad de la tecnología.....	126
Gráfico 4.9. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por innovación.....	130
Gráfico 4.10. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por innovación no tecnológica.....	131
Gráfico 4.11. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por exportación.....	134

Índice de figuras

Figura 1.1. Elementos característicos de la empresa social.	26
Figura 1.2. Conceptuación del emprendimiento social.....	29
Figura 1.3.: Modelo para describir la creación de nuevas empresas.	40
Figura 1.4.: Marco conceptual del efecto de los recursos sobre la dependencia en cada uno de los elementos del tetraedro de Gartner.	41
Figura 4.1. Categorías y subcategorías de emprendedor social.	123
Figura 5.1. Modelo Teórico <i>Global Entrepreneurship Monitor 2009</i>	144
Figura 5.2. Clasificación de emprendedores activos.	145
Figura 5.3. Clasificación de emprendedores sociales activos.	146
Figura 7.1. Marco conceptual del efecto de los recursos sobre la dependencia en cada uno de los elementos del tetraedro de Gartner.	225
Figura A1.1. Modelo <i>Global Entrepreneurship Monitor</i> de procesos de emprendimiento y crecimiento económico.	271
Figura A1.2.: Modelo teórico <i>Global Entrepreneurship Monitor</i> revisado	273
Figura A1.3. Clasificación de emprendedores activos.....	274
Figura A1.4. Fases del emprendimiento en el marco teórico de <i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	275

Índice de tablas

Tabla 3.1. Diferencias entre Escuela EMES y Reino Unido	91
Tabla 3.2. Escuelas de pensamiento en la tradición americana.....	93
Tabla 4.1. El emprendimiento social en la Unión Europea por país.	101
Tabla 4.2. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por país.	104
Tabla 4.3. El emprendimiento social en la Unión Europea por género.....	105
Tabla 4.4. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por género.	106
Tabla 4.5. El emprendimiento social en la Unión Europea por edad.....	108
Tabla 4.6. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por edad.	109
Tabla 4.7. El emprendimiento social en la Unión Europea por tamaño del hogar.	110
Tabla 4.8. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por tamaño del hogar.	112
Tabla 4.9. El emprendimiento social en la Unión Europea por ingresos del hogar.	113
Tabla 4.10. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por ingresos.....	114
Tabla 4.11. El emprendimiento social en la Unión Europea por situación profesional.....	116
Tabla 4.12. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por situación profesional.....	118
Tabla 4.13. El emprendimiento social en la Unión Europea por nivel educativo.	119

Tabla 4.14. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por nivel educativo.....	120
Tabla 4.15. El emprendimiento social en la Unión Europea por categorías y subcategorías.....	124
Tabla 4.16. El emprendimiento social en la Unión Europea por novedad de la tecnología.....	125
Tabla 4.17. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por novedad de la tecnología.	127
Tabla 4.18. El emprendimiento social en la Unión Europea por innovación...	128
Tabla 4.19. El emprendimiento social en la Unión Europea por innovación no tecnológica.	129
Tabla 4.20. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por innovación.	131
Tabla 4.21. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por innovación no tecnológica.	132
Tabla 4.22. El emprendimiento social en la Unión Europea por exportación.	133
Tabla 4.23. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por exportación.....	134
Tabla 4.24. El emprendimiento social en la Unión Europea por número de trabajadores.	135
Tabla 4.25. Test de igualdad de medias entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por número de trabajadores.....	136
Tabla 5.1. Observaciones por país de la Unión Europea.	147
Tabla 5.2. Variables en la base de datos	160
Tabla 6.1. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del país de origen.....	171
Tabla 6.2. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del país de origen.	173

Tabla 6.3. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el país de origen.....	173
Tabla 6.4. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del género.	174
Tabla 6.5. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del género.	174
Tabla 6.6. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el género.	175
Tabla 6.7. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la edad.	176
Tabla 6.8. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la edad.	177
Tabla 6.9. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y la edad de los emprendedores sociales.....	177
Tabla 6.10. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del tamaño del hogar.....	178
Tabla 6.11. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del tamaño del hogar.	179
Tabla 6.12. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y la edad de los emprendedores sociales.....	180
Tabla 6.13. Test de correlación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea y el tamaño del hogar en que viven.	180
Tabla 6.14. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel de ingresos del hogar.....	181

Tabla 6.15. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel de ingresos del hogar.....	181
Tabla 6.16. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel de ingresos del hogar.....	182
Tabla 6.17. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel educativo.....	183
Tabla 6.18. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel educativo.....	184
Tabla 6.19. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel educativo de los emprendedores sociales.	185
Tabla 6.20. Test de correlación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel educativo de los emprendedores sociales.	185
Tabla 6.21. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de las categorías y subcategorías de emprendedor social.....	186
Tabla 6.22. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de las categorías de emprendedor social.	186
Tabla 6.23. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si tienen clientes fuera del país.	188
Tabla 6.24. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si tienen clientes fuera del país.....	189
Tabla 6.25. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el hecho de tener clientes fuera del país.....	190

Tabla 6.26. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el hecho de tener clientes fuera del país por categorías de emprendedor social.....	191
Tabla 6.27. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de clientes fuera del país.	193
Tabla 6.28. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de clientes fuera del país.....	194
Tabla 6.29. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de clientes fuera del país.....	195
Tabla 6.30. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de clientes fuera del país por categorías de emprendedor social.....	195
Tabla 6.31. Test de igualdad de medias en el número de trabajadores en función de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea.....	197
Tabla 6.32. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el número de trabajadores.	198
Tabla 6.33. Test de igualdad de medias en el número de trabajadores en función de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social.....	199
Tabla 6.34. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el número de trabajadores por categorías de emprendedor social.	200
Tabla 6.35. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si obtienen ingresos generados por vía de mercado por categorías.	202
Tabla 6.36. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si generan ingresos de mercado por categorías de emprendedor social.....	203

Tabla 6.37. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y si generan o no ingresos por vía de mercado por categorías de emprendedor social.	204
Tabla 6.38. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado que generan.	205
Tabla 6.39. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado.	206
Tabla 6.40. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de ingresos de mercado.	207
Tabla 6.41. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos generados por vía de mercado por categorías de emprendedor social.	208
Tabla 6.42. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado por categorías de emprendedor social. .	209
Tabla 6.43. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de ingresos generados por vía de mercado por categorías de emprendedor social.	210
Tabla 6.44. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica	212
Tabla 6.45. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica.	212
Tabla 6.46. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y la innovación no tecnológica.	213
Tabla 6.47. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.....	215

Tabla 6.48. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.	216
Tabla 6.49. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.	218
Tabla A3.1. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis para la base de datos general.....	286
Tabla A3.2. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis comparando emprendedores sociales con emprendedores comerciales en la Unión Europea.	287
Tabla A3.3. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis para la base de datos comparando categorías de emprendedor social en la Unión Europea.	289

El papel de las nuevas tecnologías en el emprendimiento social. Análisis empírico cuantitativo del caso de la Unión Europea (2000-2015)

Introducción

Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, esta investigación trata de determinar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno, fortaleciendo así su capacidad para alcanzar sus objetivos, y qué elementos son importantes para que se puedan aprovechar con este fin. Se analizará la relación existente entre el uso de nuevas tecnologías como recurso y el emprendimiento social en la Unión Europea, concretamente en cuanto a las características definitorias de una empresa social: misión social, innovación e ingresos de mercado. A nivel metodológico, este es un estudio cuantitativo que aplica un modelo de regresión lineal múltiple a los datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. Además de la contribución en cuanto a su contenido, esta investigación contribuye también a dotar al área del emprendimiento social de fundamentos teóricos y aumenta el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en este el área académica, ayudando a avanzar en su madurez.

Síntesis, objetivos y resultados

La cuestión central que guía este estudio es la relación que existe entre las nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea en los años 2000-2015. Construimos sobre la teoría de la dependencia de recursos como marco conceptual para tratar la pregunta de partida de forma sistemática. Nos preguntamos si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto a su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos. Si los tres elementos fundamentales del emprendimiento social son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado y las nuevas tecnologías son un recurso potente para los emprendedores sociales de la Unión Europea, entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores. De ahí que las tres hipótesis que planteamos en el estudio giren en torno a ellos. Partimos de la hipótesis de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto

afectan positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social: la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado.

Se parte de la definición de conceptos clave para el análisis, el marco teórico de la investigación, así como antecedentes en la literatura. Los principales referentes teóricos que fundamentan nuestro análisis son: 1. la teoría de la dependencia de recursos, como estructura teórica principal, 2. la literatura sobre las nuevas tecnologías como recurso y su importancia en el emprendimiento social y 3. el modelo de Gartner, que clasifica los tipos de determinantes del emprendimiento social en determinantes del/los individuo/s, de la organización, de los procesos y del entorno. Se confirma que la literatura existente apoya la hipótesis de que el uso de nuevas tecnologías se asocia con una mayor capacidad de las empresas sociales de la Unión Europea para alcanzar sus objetivos en cuanto a su misión social, innovación y generación de ingresos de mercado. Para cada uno de los elementos de Gartner existen referentes de la literatura que indican el potencial de las nuevas tecnologías para reducir la dependencia de las empresas sociales respecto de su entorno.

En segundo lugar, se desarrolla un análisis de la situación del emprendimiento social en Europa a principios del siglo XXI. Se observa que los emprendedores sociales en la Unión Europea tienden a ser más jóvenes que los emprendedores comerciales y tienen menos experiencia profesional que estos últimos. Sin embargo, parecen tener un nivel educativo mayor, lo que podría compensar los efectos negativos que, según la literatura, la menor edad y experiencia podrían tener sobre su capacidad para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. No obstante, entre los emprendedores sociales de la Unión Europea, aquellos que usan nuevas tecnologías son aún más jóvenes que los que usan tecnologías más antiguas, y tienen un nivel educativo menor que estos últimos. En cuanto a su distribución por categorías de emprendedor social, se observa que a inicios del siglo XXI los emprendedores sociales se han ido incorporando a la tendencia a generar ingresos de mercado poco a poco, pero aún sin mucha intensidad. Por último, hemos analizado a los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su relación con variables clave para investigación como son novedad de la tecnología que utilizan, innovación y desempeño (medido en como exportaciones y número de trabajadores). Concluimos que para todas ellas los emprendedores sociales de la Unión Europea tienen una relación diferente y de mayor intensidad que los emprendedores comerciales. Analizar cómo el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales en innovación no tecnológica, desempeño no económico y generación de

ingresos de mercado nos ayudará a profundizar en nuestra comprensión del fenómeno del emprendimiento social.

Finalmente, se procede a la contrastación de las tres hipótesis aplicando regresión lineal múltiple a los datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*.

- La primera hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas, se opera a través de dos factores: las exportaciones y el número de trabajadores. Ha quedado demostrado que uso de tecnologías más nuevas genera una mayor probabilidad de exportar para los emprendedores sociales híbridos y con ánimo de lucro de la Unión Europea. Asimismo ha quedado demostrado que en el caso de emprendedores sociales con ánimo de lucro el hecho de usar tecnologías más nuevas está asociado con un número menor de empleados.
- Se ha contrastado también la segunda hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas. El análisis muestra que las empresas sociales que usan tecnologías más nuevas y generan ingresos de mercado tienen una probabilidad mayor de generar más del 25% de sus ingresos por vía de mercado que aquellos que usan tecnologías más antiguas.
- Por último, se ha contrastado la tercera hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas. Ha quedado acreditado que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

Conclusiones

En primer lugar, concluimos que el uso de nuevas tecnologías sí mejora el desempeño en aspectos no económicos para las empresas sociales con ánimo de lucro (que ganan en presencia internacional y eficiencia de su estructura de costes) y para las empresas sociales híbridas (que ganan en presencia internacional). La ausencia de efecto en cuanto a implantación internacional en empresas sociales ONG podría deberse a que estén más restringidas en su ámbito geográfico de actuación por la propia naturaleza de sus ingresos. La ausencia de efecto en cuanto al número de empleados en empresas sociales híbridas y ONG podría deberse a que se centren en una gran proporción en sectores tradicionales intensivos en recursos humanos como son el textil o

agroalimentario. En tal caso, lo que les lleva a generar empleo es el propio sector en que deciden centrar su actividad mientras que el uso de nuevas tecnologías en ellas podría estar orientado a la sensibilización social sobre la necesidad social y no a impulsar su modelo de negocio de mercado.

Por otra parte, podemos afirmar que el uso de nuevas tecnologías mejora la capacidad de los emprendedores sociales de la Unión Europea de generar un porcentaje mayor de ingresos por vía de mercado una vez que ya han decidido exponerse al mercado como estrategia para generar ingresos. Los resultados parecen indicar que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la decisión de exponerse o no a la lógica de mercado sino que esta decisión se plantea como algo estratégico más asociado a la propia identidad de la empresa social que a los recursos a su disposición.

La investigación también confirma que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales (en general) sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. Tienen más posibilidades de estar ofreciendo el producto a un nuevo nicho de mercado o satisfaciendo una necesidad no satisfecha anteriormente.

Concluimos también que el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea tiene efectos diferentes en las distintas categorías de emprendedor social. Las diferencias en los efectos son coherentes con la propia identidad del tipo de empresa social en que se producen.

Al confirmar empíricamente las hipótesis derivadas de la aplicación de la teoría de la dependencia de recursos podemos también concluir que la teoría de la dependencia de recursos es válida y valiosa en el análisis del emprendimiento social.

Por último, este estudio se basa en la literatura existente para ir más allá, realizando un análisis cuantitativo para testar una teoría potencialmente generalizable que explica la relación entre emprendimiento social y nuevas tecnologías. Esto nos permite aumentar el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social, avanzando en su proceso de maduración.

Abstract

The role of new technologies in social entrepreneurship. Quantitative empirical analysis of the case of the European Union (2000-2015)

Introduction

Applying Resource Dependence Theory, this research project aims at determining if the use of new technologies in social enterprises improves their interdependence with respect to their environment, thus strengthening their capacity to achieve their goals, and at identifying the elements that are most relevant for social enterprises to take full advantage of the potential of new technologies. We will analyze the existing relationship among the use of new technologies as a resource and social entrepreneurship in the European Union, specifically with respect to the characteristics that define a social enterprise: Social mission, innovation and market generated income. Methodologically, this is a quantitative study that applies multiple linear regression to data from Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship. As well as the contribution with respect to content, this research project contributes to provide the academic area of social entrepreneurship with theoretical frameworks and increase the empirical quantitative knowledge in this area, thus contributing to advance its maturity.

Synthesis, goals and results

The central question guiding this study is the relationship between new technologies and social entrepreneurship in the European Union in the years 2000-2015. Applying the Resource Dependence Theory as conceptual framework to address the question, we consider whether the use of new technologies enhances the independence of social enterprises with respect to their environment and thus improves their ability to achieve their goals. If the three fundamental elements of social entrepreneurship are the social mission, innovation and market generated income and new technologies are a powerful tool for social entrepreneurs of the European Union, then we should observe effects of using new technologies in each one of those three factors. Hence the three hypotheses we frame in the study revolve around them. We start from the hypothesis that new technologies do improve the independence of social enterprises with respect to their environment and thus positively affect the three

fundamental elements of social entrepreneurship: the social mission, innovation and market generated income.

We start with the conceptualization of key concepts to the analysis, the description of the theoretical framework and literature review. The main theoretical frameworks underlying our analysis are: 1. the Resource Dependence Theory as the main theoretical framework, 2. literature on new technology as a resource and its importance in social entrepreneurship and 3. Gartner model, which classifies the types of determinants of social entrepreneurship in determinants of the individual, organization, processes and the environment. We confirm that the literature supports the hypothesis that the use of new technologies is associated with a greater capacity of social enterprises in the European Union to achieve their goals in terms of social mission, innovation and market generated income. For each of Gartner's elements we can find literature indicating the potential of new technologies to reduce the dependence of social enterprises with respect to their environment.

Secondly, we offer an analysis of the situation of social entrepreneurship in Europe in the early twenty-first century. Social entrepreneurs in the European Union tend to be younger than commercial entrepreneurs and have less professional experience. However, they appear to have a higher educational level, which could offset the negative effects that, according to the literature, younger age and less experience could have on their ability to exploit the potential of new technologies as a resource. Nonetheless, among the social entrepreneurs of the European Union, those who use new technologies are even younger than those using older technologies, to the extent that their educational level is lower than that of the latter. In terms of distribution by category of social entrepreneur, we find that at the beginning of the twenty-first century social entrepreneurs have joined the trend to generate income through the market gradually, but still without much intensity. Finally, we have analyzed social entrepreneurs of the European Union in terms of their relationship with key research variables such as novelty of the technology they use, innovation and non economic performance (measured as exports and number of employees). We conclude that all types of social entrepreneurs of the European Union have a different and more intense relationship than commercial entrepreneurs with each of these research variables. Analyzing the use of new technologies by social entrepreneurs as related to non-technological innovation, not economic performance and market generated income will help us to deepen our understanding of the phenomenon of social entrepreneurship.

Finally, we test the three hypotheses applying multiple linear regression to data from Global Entrepreneurship Monitor 2009:

- The first hypothesis, that social enterprises using new technologies have a better performance along non economic factors than those using older technologies, is operated through two noneconomic factors: exports and number of employees. We find that the use of newer technologies generates a higher probability of exporting for hybrid and for profit social entrepreneurs in the European Union. In the case of for profit social entrepreneurs using the newest technologies is also associated with having fewer employees.
- We then tested the second hypothesis, that social enterprises using new technologies are more likely to sustain themselves with revenues generated through the market than those using older technologies. The analysis shows that social enterprises who generate income through the market and are using new technologies are more likely to generate more than 25% of their income via market than those using older technologies.
- Finally, we move on to testing the third hypothesis, that social enterprises using new technologies are more likely to be innovative in ways unrelated to the technology than those using older technologies. We do find that the use of new technologies by social entrepreneurs of the European Union generates a greater likelihood that these social entrepreneurs are innovative in areas not related to technology.

Conclusions

First, we conclude that the use of new technologies does improve performance in non-economic aspects for for-profit social enterprises (earning international presence and efficiency of its cost structure) and hybrid social enterprises (earning international presence). The lack of effect in terms of international presence in NGOs social enterprises could be because they are more restricted in their geographic scope by the very nature of their income. No effect on the number of employees in hybrid social enterprises and NGOs could be because a large proportion of them focus on traditional human resource intensive sectors such as textiles and agribusiness. What leads them to generate employment is the sector itself on which they decide to focus their activity while the use of new technologies could be oriented to gaining social awareness of the social need and not to boost its business model.

Moreover, we can say that the use of new technologies enhances the ability of social entrepreneurs of the European Union to generate a higher

percentage of income via market once they've already decided to be exposed to the market as a strategy to generate income. The results suggest that the use of new technologies does not affect the decision to get exposed or not to market logic but this decision is seen as something strategic more associated with the identity of the social enterprise than to the resources available.

Our research also confirms that the use of new technologies by social entrepreneurs of the European Union generates a greater likelihood that these social entrepreneurs (in general) are innovative in areas not related to technology. They are more likely to be offering the product to a new market niche or meeting a previously unmet need.

We conclude that the use of new technologies as a resource in social entrepreneurship in the European Union has different effects on different categories of social entrepreneurs. The differences in the effects are consistent with the identity of the type of social enterprise in which they occur.

Having empirically confirmed the hypotheses derived from the application of Resource Dependency Theory, we can also conclude that Resource Dependency Theory is valid and valuable in the analysis of social entrepreneurship.

Finally, this study builds on the existing literature to go beyond, performing a quantitative analysis to test a potentially generalizable theory that explains the relationship between social entrepreneurship and new technologies. This allows us to increase the empirical knowledge, of a quantitative basis, in the academic area of social entrepreneurship, thus advancing its maturation process.

Introducción

Introducción | Justificación, objetivos y estructura de la investigación

La presente Tesis doctoral se centra en el estudio de la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea en el período 2000-2015. Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, esta investigación trata de determinar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno, fortaleciendo así su capacidad para alcanzar sus objetivos, y qué elementos son importantes para que se puedan aprovechar con este fin. Se analizará la relación existente entre el uso de nuevas tecnologías como recurso y el emprendimiento social en la Unión Europea, concretamente en cuanto a las características definitorias de una empresa social: misión social, innovación e ingresos de mercado.

Presentamos un estudio planteado sobre sólidos fundamentos teóricos, con definición y contrastación de hipótesis derivadas del marco teórico, basado en métodos cuantitativos aplicados sobre bases de datos secundarias respaldadas por expertos reconocidos en esta área de estudio. Por tanto, además de la contribución en cuanto a su contenido, esta investigación contribuye también a dotar al área del emprendimiento social de fundamentos teóricos y aumenta el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en este el área académica, ayudando a avanzar en su madurez.

A continuación, en la introducción, se justifica la importancia del objeto de análisis de esta Tesis doctoral, el emprendimiento social, y su relación con las nuevas tecnologías. Más adelante, se exponen los objetivos de la investigación y las hipótesis entorno a las que se articula el estudio. En la introducción se describe también la metodología que seguirá esta investigación para la contrastación de las hipótesis. Termina con una explicación de la estructura de la disertación.

1. Relevancia del tema y justificación

El emprendimiento social ha ido ganando relevancia durante los últimos treinta años como estrategia innovadora para resolver problemas sociales a los ojos de académicos, gobernantes y sociedad general (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010; Hoogendoorn, 2010; Nicholls, 2006; Weerawardena y Mort, 2006). Grandes actores en la economía mundial como la Unión Europea, los gobiernos de sus países miembros o el gobierno de EEUU han promovido iniciativas para impulsar el emprendimiento social como generador de soluciones innovadoras para afrontar los desafíos que limitan el bienestar de millones de personas en el mundo (Zeyen et al., 2013). También las donaciones recibidas por las fundaciones privadas que apoyan el emprendimiento social han aumentado exponencialmente (Osberg, 2006).

Esta área recibe cada vez más atención por parte de los académicos, hasta haberse convertido en un espacio de investigación de gran interés (Austin, Stevenson y Wei - Skillern, 2006; Dacin, Dacin y Matear, 2010; Short, Moss y Lumpkin, 2009; Zeyen et al., 2013). En palabras de Defourny y Nyssens (2012, p. 6): “La mayoría de los que utilizaron los conceptos de emprendimiento social y empresa social hace doce años comparten la sensación de que habrían sido totalmente incapaces de prever el excepcional interés que tales conceptos suscitan hoy en día.” Short et al. (2009) observaron un aumento del 750 por ciento en la tasa de publicaciones sobre emprendimiento social entre 1991 y 2009.

Inicialmente, el estudio del emprendimiento social se centró fundamentalmente en comprenderlo y acotarlo (Dees, 1998b; Weerawardena y Mort, 2006). Pero en este momento, a principios del siglo XXI, el emprendimiento social es ya una forma ampliamente reconocida de avanzar hacia una sociedad más justa (Bacq y Janssen, 2011). Así pues, más allá del ya mencionado interés en comprenderlo, se ha desarrollado un fuerte foco en identificar las maneras más eficaces de fomentarlo. En este sentido se ha analizado el emprendimiento social fundamentalmente desde dos perspectivas: el emprendedor social como individuo y la empresa social como organización. En cuanto al análisis del emprendedor social como individuo los académicos han dedicado grandes esfuerzos a entender cómo se forja el emprendedor social, las cualidades que le hacen falta o sus estilos de liderazgo (Borzaga, Galera y Nogales, 2008; Cuervo, 2005; Seelos y Mair, 2005; Waddock y Post, 1991). En cuanto a la empresa social como organización y los procesos que la conforman, los análisis se han centrado fundamentalmente en comprender elementos como el entorno institucional en el que surgen o cómo cubren sus

necesidades de financiación (Alvord, Brown y Letts, 2004; Emerson, 2006; Hoogendoorn, 2010).

Gracias a toda esta literatura sobre el emprendimiento social, sabemos que los emprendedores sociales buscan provocar una transformación a gran escala (Martin y Osberg, 2007), y es precisamente su potencial para lograrlo lo que convierte el emprendimiento social en el objeto de estudio de vanguardia que es hoy en día. Esta búsqueda del impacto a gran escala, en contextos complejos, con recursos muy limitados, hace que la tecnología sea un aliado especialmente importante para ellos (Byers, Dorf y Nelson, 2011). El emprendimiento social puede ser un buen ejemplo de cómo la innovación tecnológica se aplica a la resolución de problemas sociales. Los avances tecnológicos tienen un potencial enorme como herramienta para la lucha contra la pobreza y otros problemas sociales (Brilliant, 2013). Los emprendedores sociales han encontrado en la innovación tecnológica un fuerte aliado en su búsqueda de herramientas para apoyar al mayor número de gente posible al menor coste. Su permanente necesidad de innovar y la exposición que tienen a fuerzas del mercado les obligan a ello.

Los emprendedores sociales utilizan las nuevas tecnologías en momentos y procesos diversos, muchos de ellos críticos para avanzar en su misión social (Morales-Gutiérrez, Ariza-Montes y Rodríguez, 2012). El uso de nuevas tecnologías por parte de emprendedores sociales en el propio diseño de productos o servicios es frecuente. Este es el caso por ejemplo de emprendedores sociales de base tecnológica. Además, muchos emprendedores sociales, tanto de base tecnológica como los demás, utilizan las redes sociales para sensibilizar a la sociedad sobre el problema que intentan resolver y buscar apoyos para su actividad². La presencia en internet les permite también comunicar el impacto positivo logrado y facilita el acceso a donaciones privadas e inversión de fondos de capital riesgo social (Austin, Stevenson, et al., 2006). Para la gestión interna de la organización existen muchas aplicaciones que facilitan la gestión de los procesos diarios. El acceso

² Un ejemplo comúnmente utilizado del uso de la tecnología por parte de poblaciones en dificultades se vivió en 2011, con la denominada primavera árabe. Las redes sociales fueron la herramienta canalizó la indignación de la gente y les permitió coordinarse frente a los esfuerzos de los gobierno por censurarlos. Las redes sociales fueron un elemento clave que transformó las intenciones y deseos de cambio de muchas personas en acciones reales y concretas (Allagui y Kuebler, 2011).

en ocasiones es gratuito o muy barato. Pueden ahorrar mucho tiempo y dinero haciendo un uso eficaz de todas estas oportunidades.

Hay numerosos ejemplos de uso exitoso del potencial de las nuevas tecnologías en la búsqueda de beneficios sociales. La empresa social Change.org usa el potencial de internet y redes sociales para movilizar a la ciudadanía en torno a iniciativas privadas. A mediados de 2016 ya habían logrado más de 147 millones de firmas en 196 países. Avaaz es una comunidad de movilización online que en 2016 aglutina a casi 44 millones de miembros en todo el mundo. Kiva, una plataforma que permite a personas de todo el mundo hacer préstamos a emprendedores en países en vías de desarrollo, ha movilizado desde su fundación hasta mediados de 2016 más de 847 millones de dólares. Algunos ejemplos en España son Social Coin con sus cadenas de favores, Respiro en movilidad sostenible o Goteo en financiación de proyectos. En México, Enova, ha ayudado a más de 350.000 personas de bajos ingresos, formándoles con última tecnología de información y comunicación. En resumen, y en palabras de Larry Brilliant, “la combinación de tecnología y personas transformadoras genera transformación” (Brilliant, 2013, p. 26).

A pesar del intenso uso que muchos emprendedores sociales hacen de las nuevas tecnologías, sabemos muy poco sobre la relación entre el acceso a nuevas tecnologías y el surgimiento de una empresa social. Esto es llamativo teniendo en cuenta que vivimos los años de mayor aceleración en el desarrollo de nuevos conocimientos de la historia de la humanidad y, sin embargo, las últimas tendencias en gestión o tecnología en muchas ocasiones llegan al sector social con lentitud sorprendente.

La literatura sobre tecnología e innovación ha prestado un interés muy limitado a este fenómeno (Bach y Stark, 2002; Brilliant, 2013; Desa y Kotha, 2006). Tampoco los autores que se han interesado en comprender mejor la relación entre el emprendedor social y los recursos a su disposición han investigado la relación existente entre el emprendimiento social y la tecnología como recurso. Se han centrado fundamentalmente en la existencia de capital disponible para financiar la empresa social (Austin, Stevenson, et al., 2006; Miller y Wesley li, 2010). Otros recursos que han sido analizados, aunque en menor medida, son los recursos humanos (Akingbola, 2006; Austin, Stevenson, et al., 2006).

Sin embargo, este análisis es importante porque, según exponen Desa y Kotha 2006, p. 156): “(a) las empresas sociales desarrollan y utilizan cada vez más la tecnología para resolver problemas sociales críticos y (b) los marcos

teóricos de tecnología-innovación desarrollados para empresas comerciales no son aplicables al contexto de las empresas sociales”. Es decir, no es válido hacer un análisis simplista de aplicación directa al caso de las empresas sociales de todo lo escrito sobre el emprendimiento comercial y su relación con las nuevas tecnologías. Es necesario, partiendo del corpus de literatura existente, validar en qué casos y de qué manera puede ser aplicable o no la literatura ya existente sobre tecnología-innovación y emprendimiento comercial al emprendimiento social y ampliar los aprendizajes de dicha literatura a las características propias del emprendimiento social.

La literatura sobre emprendimiento social que sí menciona este fenómeno, aunque relevante y prometedora, es escasa. VanSandt, Sud y Marmé (2009) consideran que aprovechar la tecnología de la información puede “actuar como un catalizador, permitiendo la búsqueda de financiación, creando una comunidad global y reduciendo los costes de seguimiento” de las empresas sociales (VanSandt et al., 2009, p. 425). De hecho, el acceso y uso de nuevas tecnologías es uno de los determinantes del nacimiento de empresas sociales durante los últimos años a pesar de la crisis económica global y ha permitido una amplia difusión de las empresas sociales (Morales-Gutiérrez et al., 2012; van Putten II y Green, 2011; Zahra et al., 2008). La tecnología permite nuevas formas de organización del trabajo que hacen posible prestar servicios mejores a personas desfavorecidas aunque estas estén en entornos pobres en recursos (Zahra et al., 2008). Por tanto, el papel de las nuevas tecnologías en la creación de valor social a través de empresas sociales es una interesante vía de investigación que puede avanzar nuestra comprensión del emprendimiento social (Short et al., 2009).

Coherentemente con la oportunidad de investigación identificada, la presente disertación se centra en el estudio de la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social, enfocándonos en el contexto de la Unión Europea en los años 2000-2015. Si bien es en 1990 cuando se crea la primera página web, es a comienzos del siglo XXI cuando se produce una intensa aceleración de la masificación del uso de nuevas tecnologías de la información. En la Unión Europea el porcentaje de usuarios de internet se dobla entre 1999 y 2002, llegando al 35% de la población (BancoMundial, 1999-2015). Según datos del Banco Mundial, en 2014 el 78% de los europeos tenía ya acceso a internet. Las subscripciones a teléfonos móviles en la Unión Europea pasaron del 34% en 1999 al 53% en el 2000 y al 124% (más de un móvil por persona de media) en 2014 (Banco Mundial, 1999-2015). De hecho, en 2014, la mitad de la población mundial utilizaba teléfonos móviles, frente a apenas un quinto de la población mundial que lo hacía diez años antes (GSMA,

2015). En los últimos años los datos apuntan a una posible desaceleración de los efectos de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación aún por confirmar (Byrne, Oliner y Sichel, 2013; Criscuolo, 2015). Consideramos por tanto que las conclusiones de esta disertación son válidas para las empresas sociales de la Unión Europea en activo durante esta última fase de la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, marcada por la proliferación de redes sociales (Facebook se fundó en 2004 y Twitter en 2006), aplicaciones, internet sobre móvil, abaratamiento del acceso a software y mayor usabilidad de las tecnologías.

El análisis de la tecnología como recurso en el emprendimiento social es coherente con la sugerencia de varios autores de aplicar la teoría de la dependencia de recursos, ampliamente aplicada al emprendimiento comercial, al emprendimiento social (Short et al., 2009). La teoría de la dependencia de recursos, expuesta originalmente por Salanik y Pfeffer (1978), considera que todas las organizaciones son sistemas abiertos en una relación de interdependencia respecto de su entorno. La dependencia que cada organización experimenta respecto de su entorno depende de la relación con otros agentes que provoca inevitablemente la competencia por los recursos existentes en él. Aplicada al emprendimiento comercial, esta teoría plantea que el surgimiento de un proyecto emprendedor puede explicarse en función de la accesibilidad a recursos en el entorno y la capacidad del emprendedor para movilizarlos (Baumol, 2010). En cuanto a su aplicación al emprendimiento social, Desa y Basu afirman “que para los emprendimientos que operan en interés público, los retos impuestos por la limitación de acceso a recursos están aún más exacerbados” (Desa y Basu, 2013, p. 26). De hecho, nociones habitualmente utilizadas en esta teoría, como son el concepto de bricolaje o *make-do* ya han sido aplicadas en investigaciones cualitativas sobre el emprendimiento social (Desa y Basu, 2013; Mair y Marti, 2009). La literatura sobre las nuevas tecnologías en el emprendimiento social nos indica que las nuevas tecnologías son efectivamente un recurso relevante del conjunto de recursos que utilizan las empresas sociales para generar valor social (Desa y Kotha, 2006; Morales-Gutiérrez et al., 2012; Short et al., 2009; van Putten II y Green, 2011; VanSandt et al., 2009; Zahra et al., 2008). Por tanto, al ser posible la conceptualización de las nuevas tecnologías como un recurso, la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social es susceptible de ser explicada en el marco de la teoría de la dependencia de recursos³. En

³ Entendemos nuevas tecnologías como recurso en el sentido planteado por la teoría de la dependencia de recursos, es decir elemento necesario para alcanzar los objetivos de la organización, no exclusivamente como factor de producción.

capítulos posteriores se desarrollará una discusión pormenorizada de la teoría de la dependencia de recursos, como elemento clave de los fundamentos teóricos de esta investigación.

Como veremos en detalle más adelante, uno de los principales retos que afronta el área de estudio del emprendimiento social es la carencia de una definición única y ampliamente aceptada por toda la comunidad de investigadores (Seanor y Meaton, 2007; Short et al., 2009). Estas dificultades proceden fundamentalmente de la diferente evolución que el concepto ha tenido en las dos principales áreas geográficas que han liderado su desarrollo: Europa occidental y EEUU. (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010, 2012; Galera y Borzaga, 2009; Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006; Nicholls, 2006; Weerawardena y Mort, 2006). Durante gran parte del proceso histórico de consolidación del término, las palabras “emprendimiento social” han tenido significados diferentes a cada lado del Atlántico, e incluso en las distintas escuelas de pensamiento de cada área geográfica. Hacia el final del siglo XX y sobre todo durante el siglo XXI el diálogo trasatlántico ha llevado a ambas regiones a incorporar elementos de la otra, llegándose a un punto de mayor acuerdo entre los expertos, si bien aún no a una única definición.

Siguiendo la literatura pertinente, que se expondrá en profundidad en la primera parte del estudio, definimos emprendimiento social en esta investigación como “un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas. Segundo, estas combinaciones de recursos están principalmente orientadas a explorar y explotar oportunidades para crear valor social estimulando cambios sociales o resolviendo necesidades sociales. Y tercero, visto como un proceso, el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones” (Mair y Martí, 2006, p. 37). Los tres criterios principales que caracterizan el emprendimiento social en la literatura, con los que la mencionada definición es coherente, son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado (Lepoutre, Justo, Terjesen, and Bosma, 2013). En función de cada una de estas características, dividimos el emprendimiento social en tres categorías, siguiendo a Lepoutre et al. (2013): empresa social ONG, empresa social híbrida y empresa social con ánimo de lucro. Estas son la definición y clasificación de emprendedores sociales empleadas en la construcción de la base de datos sobre la que se basará el análisis cuantitativo de este estudio. Por tanto es una definición coherente con la literatura y que nos permite operar la contrastación de hipótesis necesaria para responder a la pregunta general de esta Tesis doctoral.

Este esfuerzo investigador afronta también la dificultad de acotar la definición de otro término muy discutido: nuevas tecnologías. Para ello, hemos de partir de la definición del término más amplio “tecnología”. Siguiendo las recomendaciones de la literatura, analizada en detalle en la primera parte de este estudio, optamos por una definición amplia de tecnología. En esta disertación se define tecnología como “los procesos a través de los cuales una organización transforma el trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor” (Christensen, 2013, p. xiii). Siguiendo esta definición de tecnología, todas las herramientas a nuestro alrededor, tanto físicas como inmateriales, pueden ser consideradas tecnología. Por tanto es necesario avanzar en cualificar esta definición en mayor detalle, para lo que usamos el concepto de nuevas tecnologías. En coherencia con la pregunta sobre tecnología que contiene la base de datos sobre la que se basa nuestro análisis, que recoge la antigüedad en años de la tecnología empleada por el emprendedor social, definimos nuevas tecnologías como tecnologías de menor edad⁴.

En concreto se pretende responder a las siguientes preguntas sobre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea en los años 2000-2015: ¿Cómo se relaciona el uso de nuevas tecnologías con el emprendimiento social? ¿Hay tipos de empresas sociales que aprovechan las nuevas tecnologías de forma diferente a otros? ¿Qué características ayudan a las empresas sociales a aprovechar mejor el potencial que las nuevas tecnologías les ofrecen?

A nivel metodológico, este es un estudio cuantitativo que aplica un modelo de regresión lineal múltiple a los datos del *Global Entrepreneurship Monitor*

⁴ Es importante señalar que nuevas tecnologías en el contexto de esta Tesis doctoral no debe interpretarse como sinónimo de tecnologías de la información y la comunicación. La pregunta del cuestionario que da origen a la base de datos se realizó en 2008 y divide las tecnologías entre aquellas que en 2008 tenían menos de un año de antigüedad, aquellas que en 2008 tenían entre uno y cinco años de antigüedad y aquellas que en 2008 tenían una antigüedad de más de cinco años. Todas aquellas tecnologías que en 2008 tenían menos de cinco años de antigüedad son tecnologías que nacieron durante la fase más intensa de la revolución de tecnologías de la información y la comunicación. Es decir, si bien no se puede tomar nuevas tecnologías como sinónimo de tecnologías de la información y la comunicación en esta investigación, a la hora de interpretar los resultados de la investigación sí es razonable considerar que un porcentaje importante de esas tecnologías probablemente son, de hecho, tecnologías de la información y la comunicación.

*2009 Special Report on Social Entrepreneurship*⁵. El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es una iniciativa global nacida en 1997 cuyo objetivo es hacer posibles la comparación de la actividad emprendedora entre países. *Global Entrepreneurship Monitor* publica informes globales cada año y hace informes especiales para países específicos o por temas concretos. El Informe sobre emprendimiento social es uno de estos informes especiales, publicado en 2009 con datos de 2008. La base de datos que da origen a este informe nos permite agregar información de los distintos países de la Unión Europea y su foco en el individuo como emprendedor evita el conflicto que surgiría de intentar hacer equivaler el concepto de empresa social a la figura jurídica empleada en cada país de la Unión Europea (estas figuras jurídicas son distintas para cada país y en algunos países son inexistentes). La encuesta que dio lugar a la base de datos fue desarrollada por expertos en emprendimiento social sobre la base de una conceptualización del emprendimiento social ampliamente validada por publicaciones posteriores. Tanto en capítulos posteriores como en los anexos se ofrece información detallada sobre la construcción de esta base de datos y su adecuación a los objetivos de este estudio. Por otra parte, tal y como se detalla en la tercera parte de este informe, se cumplen las condiciones necesarias para que la contrastación de hipótesis a través de la metodología propuesta, regresión lineal múltiple, ofrezca estimadores de los que obtener conclusiones robustas. Podremos por tanto inferir que las conclusiones obtenidas para la muestra usando este método son válidas para el universo de emprendedores sociales de la Unión Europea.

En resumen, el estudio de la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social es un área de gran interés tanto práctico como académico, que ofrece la oportunidad de avanzar el conocimiento científico en esta área de investigación. Además, la aplicación de la teoría de la dependencia de recursos al emprendimiento social, indicada en la literatura, ofrece un marco teórico consistente para esta disertación. Como hemos explicado, la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009* está

⁵ Cada año el GEM hace encuestas a más de 2.000 individuos en cada país, tanto cara a cara como telefónicas, en el idioma local. El proyecto investigador *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship* desarrolló una metodología para medir la prevalencia de la actividad de emprendimiento social en la población de 49 países. En 2009, se entrevistó a más de 150.000 individuos en 49 países. A partir de la información obtenida en estas encuestas se construyeron las bases de datos que usaremos en este estudio, una de ellas a nivel individual y otra a nivel país. La información recogida se refiere tanto a la actividad emprendedora como características demográficas, económicas y sociales de los individuos y características institucionales de los países.

construida de forma coherente con los objetivos de este estudio. Por último, tal y como se explicará en detalle en capítulos posteriores, la aplicación de regresión lineal múltiple a la misma es una forma rigurosa de tratar de determinar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno, fortaleciendo así su capacidad para alcanzar sus objetivos.

2. Objetivos e hipótesis de la investigación

El emprendimiento social como área de estudio es relativamente reciente y no ha alcanzado la madurez de otras áreas (Dees y Anderson, 2006; Dorado, 2006; Hoogendoorn, 2010; Short et al., 2009). En palabras de Bacq y Janssen (2011, p. 377), “la investigación académica en emprendimiento social está aún en fase de infancia”. La mayoría de artículos escritos sobre la materia son cualitativos, los cuantitativos están basados en su mayoría en casos de estudio, y con limitada fundamentación teórica (Bacq y Janssen, 2011; Jones, Latham y Betta, 2008; Mair y Marti, 2009; Mair y Schoen, 2007; Short et al., 2009). La falta de desarrollo teórico es una de la principales debilidades de esta área de investigación (Weerawardena y Mort, 2006). De ahí que muchos autores hayan mencionado la necesidad de aplicar teorías ampliamente aceptadas en el área del emprendimiento comercial o la gestión empresarial al emprendimiento social (Short et al., 2009; Zeyen et al., 2013).

Otra característica importante de la literatura sobre emprendimiento social es el número limitado de estudios empíricos cuantitativos que permitan pasar de un conocimiento basado en anécdotas a una comprensión del emprendimiento social basado en marcos teóricos generalizables que permitan la predicción (Hoogendoorn, 2010; Short et al., 2009; Weerawardena y Mort, 2006). Además, la mayoría de artículos cuantitativos carecían de hipótesis sólidas. Short et al. (2009) analizaron los 72 artículos empíricos sobre emprendimiento social que se habían publicado entre 1991 y 2009 de los que sólo dos (el 3%) proponía hipótesis que pudieran ser rigurosamente contrastadas. Hoogendoorn (2010) describe el estado de la literatura sobre emprendimiento social:

Hay un número limitado de estudios empíricos entre los que un enfoque de investigación cuantitativa está también limitado y que son principalmente de tipo exploratorio; carece de contrastación rigurosa de hipótesis; hay poca variedad en el diseño de la investigación; prevalece el uso de datos primarios; y la investigación se basa en muestras relativamente pequeñas (Hoogendoorn, 2010, p. 31)

La presente investigación puede favorecer el proceso de maduración de esta disciplina aportando contribuciones en una serie de lagunas tanto a nivel metodológico como conceptual. En cuanto a las contribuciones metodológicas, por una parte, este estudio contribuye a cubrir el limitado desarrollo teórico aplicando modelos teóricos ampliamente aceptados en otras disciplinas como son la teoría de la dependencia de recursos y el modelo de Gartner. Por otra parte, este es un estudio cuantitativo que aplica un modelo de regresión lineal múltiple a los datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. Por tanto, las aportaciones metodológicas son dos, una a nivel de desarrollo de corpus teórico sobre el que basar hipótesis de partida y otra en cuanto al uso de metodologías cuantitativas para la contrastación rigurosa de dichas hipótesis.

Se persigue también hacer una contribución conceptual. Como queda determinado en el capítulo uno de la primera parte sobre referentes teóricos de la investigación, la literatura que menciona la relación entre emprendimiento social y nuevas tecnologías, aunque prometedora, es aún escasa (Morales-Gutiérrez et al., 2012; van Putten II y Green, 2011; VanSandt, Sud y Marmé, 2009; Zahra, Rawhouser, Bhawe, Neubaum y Hayton, 2008). Los pocos artículos publicados sobre esta cuestión se basan esencialmente en estudios de caso, no permitiendo saber si esta relación va más allá de la anécdota hacia un modelo generalizable y prescriptivo. Este estudio se basa en la literatura existente para ir más allá, realizando un análisis cuantitativo para testar una teoría potencialmente generalizable que explica la relación que existe entre emprendimiento social y nuevas tecnologías.

Partiendo de la revisión de la literatura, los referentes teóricos relevantes y los objetivos señalados arriba, este estudio se plantea una serie de hipótesis a contrastar durante la investigación. Recordemos que la pregunta central que guía este estudio es la relación que existe entre las nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea en los años 2000-2015. Recordemos también que, aplicando la teoría de la dependencia de recursos como marco conceptual para tratar la pregunta de partida de forma sistemática, nos planteamos si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto a su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos. Si los tres elementos fundamentales del emprendimiento social son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado y las nuevas tecnologías son un recurso potente para los emprendedores sociales de la Unión Europea, entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores. De ahí que las tres hipótesis que planteamos en el estudio giren en torno a ellos.

Partimos de la hipótesis de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto afectan positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social: la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado.

El elemento de desempeño en su misión social no se puede medir directamente porque no hay indicadores agregados de impacto social en la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Por eso no es posible contrastar esta hipótesis de forma directa. Pero sí podemos analizar el desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales de la Unión Europea para conocer si las nuevas tecnologías generan mejoras en elementos que podrían estar induciendo un impacto social mayor como es el número de empleados (ya que la misión de muchas empresas sociales en la Unión Europea es precisamente la generación de empleo) y si tienen clientes fuera del país, que potencialmente indicaría un impacto social a nivel internacional.

En resumen, los objetivos que perseguimos en esta investigación son:

- Determinar la relación existente entre el uso de nuevas tecnologías como recurso y el emprendimiento social en la Unión Europea, concretamente en cuanto a las características definitorias de una empresa social: misión social, innovación, ingresos de mercado.
- Determinar si el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea tiene efectos diferentes en las distintas categorías de empresa social.
- Identificar las características que pueden ayudar a las empresas sociales de la Unión Europea a aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso, comprendiendo el papel de las nuevas tecnologías en cada uno de los cuatro elementos descritos por Gartner (Individuo/s, organización, procesos y ambiente).
- Comprobar la validez de la teoría de la dependencia de recursos en el análisis del emprendimiento social para contribuir a dotar al área del emprendimiento social de fundamentos teóricos sólidos que ayuden a avanzar en su madurez.
- Aumentar el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social.

La pregunta general del presente estudio queda abordada desde diferentes ángulos en los primeros tres objetivos. Para alcanzarlos nos apoyaremos en la contrastación cuantitativa de hipótesis. Coherentemente con los referentes teóricos y los objetivos de la investigación, estructuramos nuestro análisis en torno a las siguientes tres hipótesis:

Hipótesis 1:

Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas.

Hipótesis 2:

Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.

Hipótesis 3:

Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología⁶ que aquellas que usan tecnologías más antiguas.

3. Estructura de la investigación

Esta investigación se estructura en tres grandes bloques, seguidos de una sección de conclusiones. En la primera parte del estudio (capítulos uno y dos), se expone la definición de conceptos clave para el análisis, el marco teórico de la investigación, así como antecedentes en la literatura. El capítulo uno comienza acotando la definición de emprendimiento social y se exponen los principales referentes teóricos que fundamentan nuestro análisis: 1. la teoría de

⁶ El *Social Entrepreneurship Special Report 2009* del *Global Entrepreneurship Monitor* mide la innovación en seis categorías: tipo de producto, procesos de producción, distribución del producto, promoción y marketing del producto, oferta del producto a un nuevo nicho de mercado, satisfacción de una necesidad no satisfecha anteriormente. De ellas, las cuatro primeras pueden estar intrínsecamente relacionadas con el uso de nuevas tecnologías. Las dos últimas son formas de innovación relacionadas con la identificación de la oportunidad antes de iniciar la generación del producto/servicio. Por tanto son innovaciones previas a la aplicación de tecnología, definida como transformación del trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor.

la dependencia de recursos, como estructura teórica principal, 2. la literatura sobre las nuevas tecnologías como recurso y su importancia en el emprendimiento social y 3. el modelo de Gartner, que clasifica los tipos de determinantes del emprendimiento social en determinantes del/los individuo/s, de la organización, de los procesos y del entorno. El capítulo dos ofrece una amplia revisión del corpus de literatura sobre emprendimiento comercial de base tecnológica, el uso de tecnología en el emprendimiento comercial y, donde es posible, el uso de tecnología en el emprendimiento social. Este capítulo utiliza el modelo de Gartner para estructurar los aprendizajes de la literatura que puedan ser relevantes para el presente análisis.

La segunda parte de este estudio se interesa en conocer el emprendimiento social en profundidad, especialmente la situación del emprendimiento social en Europa a principios del siglo XXI. Abarca los capítulos tres y cuatro. El capítulo tres contiene antecedentes históricos del emprendimiento social en Europa. Describe el origen del emprendimiento social, desde antes incluso de que se acuñara el término, expone ejemplos de las primeras empresas sociales mencionadas en la literatura y ofrece un recorrido por la evolución del concepto y su práctica en el siglo XX. En este capítulo se analiza la evolución de las escuelas de pensamiento de emprendimiento social en Europa así como la influencia que tuvieron las escuelas de pensamiento de emprendimiento social de EEUU en la evolución del concepto europeo durante el siglo XXI. El capítulo cuatro describe la situación del emprendimiento social en Europa según los datos del *Social Entrepreneurship Special Report 2009* del *Global Entrepreneurship Monitor* que constituye nuestra fuente principal de datos secundarios. El objetivo de este capítulo es ofrecer un análisis estadístico del emprendimiento social en la Unión Europea en nuestro periodo de análisis.

La sección tercera constituye el núcleo central del estudio. En esta parte se pone el foco de forma específica en el análisis de la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social en Europa. Abarca los capítulos cinco, seis y siete. En el capítulo cinco describimos la metodología de análisis cuantitativo usada en esta sección: regresión lineal múltiple⁷. Para contrastar la primera hipótesis incluiremos variables representativas del desempeño de las empresas sociales como variable dependiente y un indicador de uso de tecnología como variable independiente. Se incluirán controles sobre variables demográficas, económicas y sociales de los emprendedores. Para contrastar la

⁷ Para realizar los cálculos estadísticos y econométricos usaremos SPSS y Stata.

segunda hipótesis se incluirá en el análisis el nivel de exposición al mercado de la empresa social. Para contrastar la tercera hipótesis se incluirá en el análisis el nivel de innovación de la empresa social en variables no vinculadas a la tecnología (innovación en cuanto al nicho de mercado e identificación de necesidad no satisfecha). Este capítulo contiene también una tabla descriptiva de las variables más relevantes tomadas de la base de datos de *Global Entrepreneurship Monitor* a nivel de individuos. El capítulo seis presenta los resultados del análisis cuantitativo. En el capítulo siete se discuten los resultados presentados en el capítulo seis y se describe a la luz de los mismos la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social en el ámbito del/los individuo/s, de la organización, de los procesos y del entorno así como en el contexto de la teoría de la dependencia de recursos.

La última sección presenta las conclusiones de nuestra investigación. En ella se discute cómo la contrastación de las tres hipótesis contribuye a contestar a la pregunta general de este trabajo. Tras dar respuesta a la pregunta originaria del estudio, se discute cómo el trabajo de investigación cumple con cada uno de los objetivos planteados. La tesis termina con un resumen de las aportaciones del trabajo a la nascente área académica del emprendimiento social y futuras líneas de investigación para seguir avanzando en nuestra comprensión de un asunto que es de máxima relevancia.

En definitiva, en esta introducción ha quedado establecida la relevancia del objeto de análisis de esta tesis doctoral, el emprendimiento social, reconocido como una de las formas más innovadoras de generar soluciones para los acuciantes problemas que afronta nuestra sociedad. Se ha identificado como una importante aportación a la literatura en esta área académica la investigación de la relación entre las nuevas tecnologías y el emprendimiento social. Las hipótesis, que se derivan de los referentes teóricos, se contrastarán de manera rigurosa para contestar a la pregunta fundamental de la Tesis doctoral. Esta disertación se enmarca por tanto en la conversación académica más amplia sobre el emprendimiento social, ayudando a desarrollarla en extensión y profundidad.

Primera parte: Marco teórico

Capítulo 1 | Conceptuación y referentes teóricos

En este capítulo se acota la definición de emprendimiento social y se exponen los principales referentes teóricos que fundamentan nuestro análisis: la teoría de la dependencia de recursos, la literatura sobre las nuevas tecnologías como recurso y su importancia en el emprendimiento social y el modelo de Gartner. La suma de estos tres referentes teóricos ofrece un marco de análisis riguroso que permite una comprensión holística del papel de las nuevas tecnologías en el emprendimiento social. La conceptualización de emprendimiento social, con que da inicio el capítulo, es de especial relevancia en esta investigación ya que esta área académica no ha llegado aún a un punto de maduración en que exista una única definición, bien acotada y aceptada por la comunidad de investigadores. Por el contrario, las múltiples definiciones y acepciones de las palabras “emprendimiento social” constituyen uno de los principales retos a la hora de investigar sobre esta cuestión y hacen imprescindible empezar por definir el concepto tal y como se usará en adelante en este trabajo.

1.1. Definición del objeto de estudio: El emprendimiento social

Desde que el término se gestó, en la década de 1980, el emprendimiento social se ha ido consolidando como una solución relevante a problemas sociales persistentes (Santos, 2012; Seelos y Mair, 2005; Welsh, 2012)⁸. Organizaciones mundialmente conocidas como Ashoka⁹, Schwab Foundation¹⁰ o Skoll Foundation¹¹ han contribuido a aumentar la relevancia del concepto.

⁸ En este contexto, el concepto de problema social se refiere a problemas que repercuten en la sociedad en general o en grupos desfavorecidos de la misma y cuya solución, por tanto, se crea a fin de generar valor fundamentalmente para la sociedad y no prioritariamente para la persona que la desarrolla.

⁹ Ashoka es “la mayor red internacional de Emprendedores Sociales Innovadores. [...] Ashoka apoya el trabajo de más de 3.000 emprendedores sociales en 84 países. [...] Ashoka trabaja en tres niveles: el apoyo individual a los emprendedores sociales innovadores, el impulso al emprendimiento colaborativo y en red, y la construcción de un ecosistema de emprendimiento social eficiente para resolver los problemas de la sociedad.”(Ashoka.org)

¹⁰ La Fundación Schwab para el Emprendimiento Social “proporciona plataformas a nivel regional y mundial para dar visibilidad y promover modelos de innovación social sostenible. Selecciona cada año una selecta comunidad de emprendedores sociales y les involucra en la conformación de las agendas políticas globales o regionales en estrecha colaboración con los otros participantes del Foro Económico Mundial.”(Schwabfound.org)

¹¹ Skoll Foundation tiene como misión “impulsar el cambio a gran escala mediante la inversión, la conexión y la celebración de los emprendedores sociales y los innovadores que ayudan a resolver los problemas más apremiantes del mundo. Durante los últimos 14 años, (han) otorgado aproximadamente \$ 413 millones, incluyendo inversiones en 108 emprendedores

Los emprendedores sociales reciben apoyo y visibilidad de estas organizaciones y muchas otras. Como ya hemos visto, también gobiernos de todo el mundo están prestando atención a las empresas sociales y adaptando sus leyes e instituciones para fomentar su surgimiento y desarrollo (Defourny y Nyssens, 2010). Dentro de la Unión Europea, países como Francia, Reino Unido, Italia, Finlandia o Polonia ya han adaptado sus legislaciones para dar un marco jurídico e institucional propio al emprendimiento social.

Hoy en día, en 2015, las palabras “emprendimiento social” se usan comúnmente. Sin embargo, diferentes personas les dan un significado distinto (Hoogendoorn, 2010). Esto ha constituido un grave problema desde el punto de vista académico ya que aún no hay consenso entre los investigadores sobre qué concepto exactamente representa la etiqueta “emprendimiento social” (Seanor y Meaton, 2007; Short et al., 2009). El emprendimiento social es un área que ha estado liderada por los que de hecho lo practican y a ellos les ha seguido el interés de los académicos en su estudio (Roberts y Woods, 2005). Es una evolución similar a la que experimentó antes el área académica del emprendimiento comercial, que en sus primeros años también adolecía de falta de unidad en cuanto a los límites del concepto “emprendimiento” (Bacq y Janssen, 2011; Hoogendoorn, 2010; Shane y Venkataraman, 2000). El reto para la comunidad académica ha sido depurar los conceptos y objetivar los análisis de cara a dotar de rigor científico a esta disciplina (Mair, Robinson y Hockerts, 2006; Roberts y Woods, 2005).

De hecho, el emprendimiento social es un subconjunto del concepto más amplio de emprendimiento y complementario con el emprendimiento comercial (Austin, Stevenson, et al., 2006; Bacq y Janssen, 2011; Dees, 1998a, 1998b; Roberts y Woods, 2005). No obstante, la distinción entre emprendimiento social y emprendimiento comercial no es clara ni estricta sino que el emprendimiento se puede conceptualizar desde lo estrictamente social a lo estrictamente comercial (Borzaga et al., 2008)¹².

sociales y 87 organizaciones de los cinco continentes que están creando un futuro mejor para las comunidades marginadas.”(skollfoundation.org)

¹² La diferencia más importante entre los emprendedores comerciales y los emprendedores sociales es que para los emprendedores sociales su motivación fundamental es una misión social mientras que para los emprendedores comerciales el objetivo es el lucro (Nicholls, 2006). Lo que les distingue es el tipo de oportunidades que buscan explotar, donde los emprendedores sociales buscan oportunidades para transformar la sociedad (Austin, Stevenson, et al., 2006; Thompson, 2008). A medida que los emprendedores comerciales van incorporando consideraciones de sostenibilidad medioambiental a sus proyectos o

Los académicos interesados en el estudio del emprendimiento social han dedicado mucho tiempo y trabajo a definirlo (Austin, Stevenson, et al., 2006; Bacq y Janssen, 2011; Dees, 1998b; Mair y Martí, 2006; Martin y Osberg, 2007; Zahra, Gedajlovic, Neubaum y Shulman, 2009). Entre los primeros académicos que trabajaron en este tema destaca Dees, que ya en 1998 observó que la falta de una definición estándar estaba limitando el desarrollo de esta área académica. De acuerdo con Dees, los emprendedores sociales son:

Agentes de cambio en el sector social que adoptan una misión para crear y sostener un valor social (no sólo privado), reconociendo y persiguiendo sin descanso nuevas oportunidades para servir a su misión, comprometiéndose en un proceso de continua innovación, adaptación y aprendizaje, actuando con determinación sin verse limitados por los recursos a su disposición y exhibiendo un gran sentido de la responsabilidad para con los afectados a los que sirven y los resultados obtenidos. (Dees, 1998b, p. 4)

La definición de Dees ayudó a avanzar el debate sobre la estructuración de esta disciplina pero no lo cerró. De hecho, hoy hay al menos 37 definiciones diferentes de emprendimiento social (Dacin et al., 2010). Incluso hay quien considera que ponerse de acuerdo en una única definición para el emprendimiento social es intrínsecamente imposible (Choi y Majumdar, 2013).

Parte de las dificultades para ponerse de acuerdo en una definición proceden de las distintas tradiciones históricas que han dado lugar al emprendimiento social en las dos áreas geográficas que han liderado el debate: EEUU y Europa Occidental (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010, 2012; Galera y Borzaga, 2009; Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006; Nicholls, 2006; Weerawardena y Mort, 2006). En la Unión Europea, inicialmente la noción de emprendimiento social se desarrolló de forma independiente de otras regiones geográficas, muy vinculada al tercer sector y con foco en la creación de empleo. Desde comienzos del siglo XXI la Unión Europea comenzó a recibir importantes influencias de EEUU que llevaron a que el concepto evolucionara hacia una noción más centrada en la generación de ingresos por vía de mercado y en sectores de actuación amplios, no exclusivamente enfocado a la generación de empleo ni centrado en el tercer sector (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010, 2012; Kerlin, 2006; Nyssens, 2007).

involucrándose en actividades sociales aunque estas no constituyan su principal misión la distinción entre unos y otros es menos evidente (Roberts y Woods, 2005).

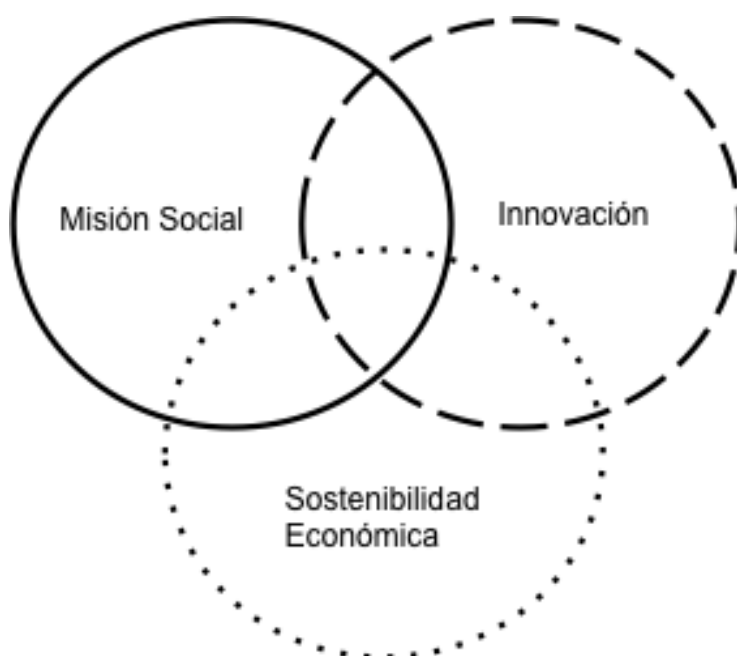
Los académicos han abogado por una definición suficientemente amplia para incluir la mayoría de fenómenos a los que nos referimos como “emprendimiento social”(Cho, 2006; Short et al., 2009). En esta línea, Lepoutre et al. (2013)¹³, en un esfuerzo por crear un marco definitorio suficientemente amplio e inclusivo, útil para la investigación, revisaron y analizaron todas las definiciones de emprendimiento social preexistentes e identificaron los tres criterios principales que caracterizan el emprendimiento social en la literatura:

- “Las empresas sociales deben tener un objetivo social explícito e intrínseco” (Lepoutre et al., 2013, p. 694).
- “La misión del emprendedor social se logra a través de un producto o servicio innovador.” (Lepoutre et al., 2013, p. 695)
- “Para varios académicos el hecho de que se considere “emprendimiento” significa que el emprendedor social ha de estar expuesto a la lógica del mercado” (Lepoutre et al., 2013, p. 695)

Según su análisis, en la definición más amplia una empresa social se caracteriza fundamentalmente por la misión social. Indican que para algunos académicos el emprendimiento social se puede encontrar en la intersección ente los dos primeros criterios: misión social e innovación (Borins, 2000). Para otros los dos criterios importantes en cuya intersección está el emprendimiento social son la misión social y la generación de ingresos por vía de mercado (Nicholls, 2006). Y, en la definición más restringida, se exigen los tres criterios (Figura 1.1).

¹³ Lepoutre, Justo, Terjesen y Bosma son los autores del marco teórico y la metodología de recopilación de datos del autores del *2009 Global Entrepreneurship Monitor Special Report on Social Entrepreneurship*.

Figura 1.1. Elementos característicos de la empresa social.



Fuente: Galdón (2014, p. 652)

La presente disertación sigue la metodología de definición desarrollada por Lepoutre et al (2013). Se opta por seguir el esfuerzo de estos autores por una parte para ofrecer una definición sistemática del emprendimiento social que garantice la coherencia teórica con la construcción de la base de datos sobre la que se basará el análisis cuantitativo de este estudio. Por otra parte, el trabajo de Lepoutre et al (2013) se realizó con dos objetivos que comparte el presente estudio: El primero, permitir un análisis empírico cuantitativo del emprendimiento social y, en segundo lugar, hacerlo desde una definición holística que pueda integrar las distintas visiones que sobre el emprendimiento social conviven en la literatura. Sobre la base de los tres elementos característicos de la empresa social expuestos arriba, estos autores establecen inicialmente una definición muy amplia de emprendimiento social dentro de la cual establecen luego categorías. Se partirá de la definición amplia inicial que utilizan en su trabajo, que toman de Mair y Martí (2006):

Primero, vemos el emprendimiento social como un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas. Segundo, estas combinaciones de recursos están principalmente orientadas a explorar y explotar oportunidades para crear valor social estimulando cambios sociales o resolviendo necesidades sociales. Y tercero, visto como un proceso, el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones (Mair y Martí, 2006, p. 37).

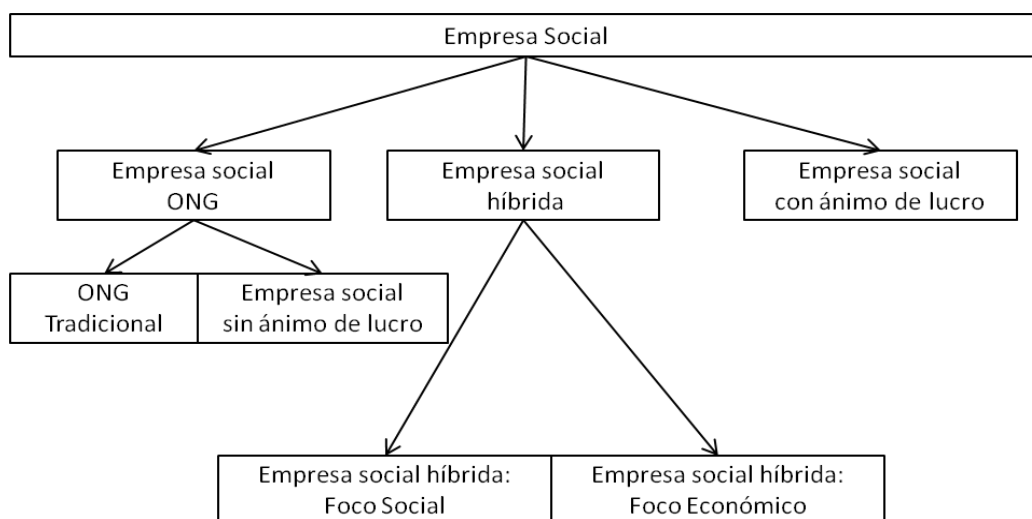
La definición de Mair y Martí (2006) comienza enmarcando el emprendimiento social como una forma de emprendimiento. Parte de una visión schumpeteriana del emprendimiento al describirlo como *un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas*¹⁴. Es una idea del emprendimiento no vinculada a la creación de una organización sino vinculada a la innovación, entendida como combinación de recursos de formas nuevas, con un foco en la creación de valor. Es por tanto coherente con nuestro planteamiento original, que parte de la literatura analizada, del emprendimiento social como una subcategoría del emprendimiento en general. Una vez enmarcado dentro del concepto de emprendimiento como creación de valor a través de la innovación, los autores introducen como elemento constitutivo del emprendimiento social el que el valor que se crea sea valor social, es decir, las empresas sociales para ser consideradas tales han de tener una misión social intrínseca. De nuevo, es un planteamiento coherente con la literatura anterior y con el punto de partida teórico de este estudio. Finalmente, en el tercer elemento de la definición, *el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones*, se apunta a la oferta de bienes y servicios pero no se especifica que deban venderse en el mercado y se deja abierta la posibilidad de que se vincule con la creación de una nueva organización. Es este tercer elemento de la definición lo que permite una mayor flexibilidad y la hace inclusiva de muchas formas de entender el emprendimiento social.

La definición amplia del emprendimiento social que plantean Lepoutre et al. (2013) basándose en el trabajo de Mair y Martí (2006), se centra en la existencia de una misión social explícita que se alcanza mediante la creación de valor social. Más adelante hacen una clasificación sistemática de las empresas sociales de acuerdo con la innovación y con su nivel de exposición al mercado. De la misma manera, en este estudio se considerará la definición amplia de empresa social propuesta por Mair y Martí (2006) inicialmente y se analizarán luego cada una de las categorías descritas por Lepoutre et al. (2013). Según las distintas combinaciones de los tres elementos antes mencionados (misión social, innovación, exposición al mercado), Lepoutre et al. (2013) definen estas tres categorías (Figura 1.2):

¹⁴ Joseph Alois Schumpeter (1934) estableció el concepto del emprendedor como un innovador, cuya principal característica era la habilidad para combinar los recursos existentes de formas nuevas para crear productos o servicios de mayor valor.

- Empresa social ONG: Una organización que resuelve un problema social y no depende de mecanismos de mercado para obtener los ingresos necesarios para mantenerse. Estas empresas sociales, que llamaremos empresas sociales ONG, pueden generar ingresos de mercado, pero siempre en un porcentaje inferior al 5% de sus ingresos totales. En esta categoría entrarían también las ONG tradicionales, que no son innovadoras, y los proyectos sociales innovadores, que los autores llaman empresas sociales sin ánimo de lucro. Estas últimas son innovadoras pero se financian aún casi exclusivamente por vías tradicionales como subvenciones públicas o donaciones.
- Empresa social híbrida: Una organización que resuelve un problema social de forma innovadora y depende al menos en parte de mecanismos de mercado para obtener ingresos necesarios para mantenerse (generan más de un 5% de sus ingresos por vía de mercado). Dentro de esta categoría distinguen a su vez aquellas en la que el objetivo económico es más importante que el social o ambiental y aquellas en las que el objetivo social o ambiental es más importante que el económico.
- Empresa social con ánimo de lucro: Una organización que resuelve un problema social de forma innovadora, aunque no lo expresen de forma explícita, y depende exclusivamente de ingresos obtenidos por mecanismos de mercado para mantenerse. Aquellos que aceptan exclusivamente la definición más estricta de lo que es una empresa social consideran que sólo esta categoría debe recibir la denominación de empresa social. Pero, como ya hemos visto, la literatura desaconseja una definición tan estricta del emprendimiento social.

Figura 1.2. Conceptuación del emprendimiento social.



Fuente: Adaptado de Lepoutre et al. (2013)

En resumen, en este epígrafe se ha desarrollado un análisis sistemático de la evolución del concepto de emprendimiento social en la literatura y ofrece una conceptualización del mismo que es a la vez coherente con la literatura, con el planteamiento teórico de este estudio y permite el análisis cuantitativo del emprendimiento social de forma empírica. Como ya ha quedado explicado, el concepto de emprendimiento social ha ido evolucionando en la Unión Europea, debido en gran parte a la influencia recibida desde EEUU e incluye en la actualidad realidades varias. La literatura recomienda una definición amplia y no excluyente del concepto (Cho, 2006; Short et al., 2009). En esta línea, Lepoutre et al. (2013), identifican tres elementos característicos del emprendimiento social: Misión social, innovación y exposición al mercado. La definición amplia del emprendimiento social que plantean Lepoutre et al. (2013) basándose en el trabajo de Mair et al. (2006), se basa en la existencia de una misión social explícita que se trata de cumplir con la creación de valor social a través de la innovación. Más adelante hacen una clasificación sistemática de las empresas sociales de acuerdo a su nivel de exposición al mercado: Empresa social ONG, empresa social híbrida y empresa social con ánimo de lucro.

De forma coherente con la literatura, en el presente estudio se analizará el emprendimiento social inicialmente desde la definición general del mismo planteada por Mair et al. (2006) para después desagregar el análisis para cada una de las categorías de emprendimiento social definidas por Lepoutre et al. (2013). El epígrafe siguiente desarrollará los referentes teóricos sobre los que

se basa este estudio, que se aplicarán al planteamiento del análisis empírico de forma coherente con la definición de emprendimiento social expuesta.

1.2. Referentes teóricos

Dada la complejidad del tema de estudio y la limitada literatura disponible, esta investigación se basa en referentes teóricos diversos, si bien coherentes entre sí, para construir un marco teórico que ofrezca un entorno completo al análisis. Los fundamentos teóricos sobre los que se basa el presente estudio se refieren a los siguientes planos: Primero, el acceso a recursos como determinante del surgimiento del emprendimiento social (*Resource Dependence Theory*), segundo, el uso de las nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social y, tercero, un marco teórico que procure una comprensión holística del papel de la tecnología en el emprendimiento social. En esta sección no pretendemos hacer una descripción exhaustiva de los referentes teóricos sino trazar el marco teórico general destacando los elementos más relevantes que para este estudio ofrece cada una de los referentes mencionados.

1.2.1. Teoría de la dependencia de recursos: El acceso a recursos en el emprendimiento social

La teoría de la dependencia de recursos fue formulada por primera vez por Salancik y Pfeffer en 1978 en su trabajo *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. La teoría de la dependencia de recursos apunta a que todas las organizaciones son sistemas abiertos en una relación de interdependencia respecto de su entorno, respecto de los ecosistemas de las rodean. Para Salancik y Pfeffer (1978, p. 40) “la interdependencia es la razón por la que nada ocurre exactamente como uno espera”. La interdependencia, tal y como la describen Salancik y Pfeffer, no se refiere a la relación causa-efecto entre el agente que busca un resultado y el resultado en sí. Se refiere a la relación entre distintos agentes y cómo esta afecta a los resultados que cada uno puede lograr.

Siguiendo la teoría original de Salancik y Pfeffer, la importancia que la interdependencia tiene para cualquier organización radica en el impacto que esta tiene en la capacidad de la organización para alcanzar los objetivos que se haya planteado. Según estos autores el elemento fundamental que genera interdependencia es la relación entre la cantidad de recursos existentes en el entorno y la demanda de los mismos. Cuando los recursos disponibles son escasos y el número de agentes que los demanda es elevado, la interdependencia entre los agentes que necesitan el mismo recurso para

alcanzar sus objetivos es mayor. Por tanto cada recurso, en función de sus propias cualidades y de las cualidades del emprendedor y la organización que los usa, puede constituir una ventaja o una desventaja en la consecución de los objetivos de la empresa social.

Los recursos en este contexto son cualquier elemento necesario para alcanzar los objetivos de la organización. Pueden ser factores de producción, como capital o recursos humanos, o cualquier otro elemento necesario para lograr garantizar el éxito de la organización, como la red de contactos. Por ejemplo, en este sentido, el número de clientes en un mercado puede ser un recurso. Salanik y Pfeffer (1978) identifican varios factores que determinan el nivel de interdependencia:

1. Cantidad y relevancia: El nivel de interdependencia que cada recurso genera en una organización depende de la cantidad de ese recurso que la organización necesita y de cómo de crítico es ese recurso para la organización. Si una organización necesita gran cantidad de un recurso o si existe un recurso que, aun no necesitándose en gran cantidad, es imprescindible para que la organización alcance sus objetivos, entonces la organización estará muy expuesta a cambios en el entorno que reduzcan la disponibilidad de dicho recurso.
2. Discreción sobre el uso: Un factor determinante del grado de interdependencia del entorno por la dependencia de recursos es el grado de discreción sobre el uso de un determinado recurso. En este sentido, la discreción sobre el uso de un recurso se refiere a la capacidad del agente para determinar cómo se va a distribuir y usar ese recurso. Los métodos de control de la asignación de un recurso son cuatro: La propiedad del mismo¹⁵, el acceso al recurso, el propio uso del recurso y, por último, la capacidad para regular la propiedad, acceso o uso del mismo.
3. Concentración: El último determinante identificado por Salanik y Pfeffer (1978) de la interdependencia de unas organizaciones con otras por los recursos es la concentración de los mismos en pocos agentes. La capacidad de una organización de concentrar un recurso aumenta su capacidad para afectar a otras organizaciones que lo necesitan y por tanto aumenta la interdependencia de estas últimas respecto de la primera.

¹⁵ Salancik and Pfeffer (1978) mencionan un ejemplo muy interesante de recurso que se controla a través de la propiedad sobre el mismo: El conocimiento. La persona u organización que posee determinados conocimientos o información puede decidir de forma unilateral cómo usarla o con quién compartirla.

La teoría de la dependencia de recursos se ha convertido en una de las teorías más influyentes para los académicos del área de gestión estratégica y comportamiento organizacional (Hillman, Withers y Collins, 2009). Pronto se comenzó a usar también en el estudio de empresas de reciente creación (Baker y Nelson, 2005; Hillman et al., 2009; Newbert y Tornikoski, 2013; Ucbasaran, Westhead y Wright, 2001; Villanueva, Van de Ven y Sapienza, 2012). De hecho, su potencial explicativo en este área podría llegar a ser todavía mayor que en el caso del estudio de empresas consolidadas, propio de la gestión estratégica (Daily, 2002). Es más, la munificencia de recursos en el entorno ya ha quedado identificada como un determinante de la creación de empresas (Cuervo, 2005).

En el caso de empresas sociales, la capacidad de movilizar recursos suele ser incluso más importante para avanzar en el logro de su misión que en empresas convencionales (Austin, Stevenson, et al., 2006; Desa y Basu, 2013). Las empresas sociales operan en entornos especialmente complicados e inestables (Desa, 2012; Zahra et al., 2008) en los que no es habitual encontrar una alta concentración de los recursos (Zahra, Ireland, Gutierrez y Hitt, 2000). De ahí que la aplicación al emprendimiento social de la teoría de la dependencia de recursos emerja como una línea interesante de investigación en este campo (Griffiths, Gundry y Kickul, 2013; Short et al., 2009). De hecho, Desa y Basu (2013) destacan en su trabajo lo poco que sabemos sobre la relación entre las empresas sociales y los recursos que utilizan y se sorprenden ante la falta de investigación al respecto, dada la relevancia y complejidad del tema.

La literatura ya ha dedicado algunos esfuerzos a comprender cómo afectan al emprendimiento social las estrategias más extendidas de movilización de recursos. Los autores de esta área académica destacan dos estrategias fundamentales para reducir la dependencia del entorno y movilizar recursos: la optimización y el bricolaje. La optimización se refiere a la adquisición a precio de mercado de los mejores recursos disponibles dentro de los que habitualmente se utilizan para la aplicación para la que se adquieren (Desa y Basu, 2013; Oliver, 1997). Primero se fija el objetivo que se quiere alcanzar y después se buscan los recursos mejores para lograrlo. El riesgo que la estrategia de optimización genera para las empresas sociales es que puede desviarles de su misión social por la gran exigencia económica que puede conllevar (Zahra et al., 2008). Por otra parte, el bricolaje consiste en combinar de forma creativa recursos ya existentes en el entorno, fácilmente accesibles y en general minusvalorados o descartados por otras empresas y que muchas veces se pueden conseguir gratis o muy baratos (Desa y Basu, 2013; Garud y

Karnøe, 2003; Lévi-Strauss, 1966). Mair y Martí (2009), en un estudio de caso en el entorno rural de Bangladesh, señalan el bricolaje como una estrategia de movilización de recursos clave usada por las organizaciones que tienen una misión social para superar impedimentos institucionales.

Ciertamente, las empresas sociales son aún más sensibles a la existencia de recursos en el entorno que las demás empresas. En medio de ecosistemas tan complejos como aquellos en los que suelen operar, la capacidad real de la organización para lograr los recursos necesarios para llevar a cabo actividades orientadas a lograr su misión es determinante (Borch, Førde, Rønning, Vestrum y Alsos, 2008; Gardin, 2006; Peredo y Chrisman, 2006; Reis y Clohesy, 1999). Al contrario que en el emprendimiento comercial, donde una de las dificultades fundamentales es encontrar una oportunidad de negocio que no esté explotada, los emprendedores sociales encuentran una gran cantidad de necesidades sociales que no están siendo satisfechas (Austin, Stevenson, et al., 2006). Pero la mayoría de las veces se enfrentan a la desproporción entre el inmenso número de oportunidades en que podrían centrarse, llegando a la mayor cantidad posible de clientes/usuarios, y la escasez de recursos disponibles (Austin, Stevenson, et al., 2006; Desa y Basu, 2013). Seelos y Mair (2005, p. 244) afirman que el emprendimiento social “depende de individuos excepcionalmente hábiles para reunir y movilizar recursos”. Las empresas sociales comparten algunas otras características que las hacen especialmente dependientes del entorno en cuanto a su acceso a recursos. La literatura destaca las siguientes:

- Limitación de precio: Las empresas sociales no pueden cobrar precios de mercado por sus productos, que serían necesarios para pagar el coste de producción, debido a que sus clientes no lo podrían pagar (Austin, Stevenson, et al., 2006; Lasprogata y Cotten, 2003). Esto limita mucho su capacidad capturar parte del valor que crean como vía para generar ingresos (Santos, 2012). Por eso es fundamental para ellas lograr el menor coste de producción posible, limitando así la diferencia entre este y el precio de venta.
- Dificultad de atracción de talento: Los limitados recursos económicos de las empresas sociales y la necesidad en muchos casos de reinvertirlos en la propia empresa dificultan el uso de mecanismos habituales de atracción de talento como son el sueldo o la participaciones en los dividendos, por ejemplo vía *stock options* (Akingbola, 2006; Austin, Stevenson, et al., 2006).

- Escasez de financiación: Las fuentes de financiación habituales de las empresas sociales, a parte de los ingresos generados por su propia actividad comercial, son las subvenciones públicas, las donaciones privadas o las inversiones de fondos de capital riesgo social. Sin embargo los recursos económicos movilizados en estas tres formas son muchos menos que los que hay movilizados para empresas comerciales (Austin, Stevenson, et al., 2006). En el caso de la inversión, esto se debe en parte a que las oportunidades de vender la participación en la empresa social para realizar el retorno sobre la inversión son menores que en el caso de empresas comerciales (Miller y Wesley li, 2010).

Por tanto, volviendo al planteamiento inicial de la teoría de la dependencia de recursos, también en el caso de las empresas sociales “la dependencia se puede definir como el producto de la importancia que un insumo o un resultado tiene para una organización y el grado en que este es controlado por un número limitado de organizaciones” (Salancik y Pfeffer, 1978, p. 51). Y por tanto, la función del emprendedor social consistirá en reducir la incertidumbre que le impone el entorno y movilizando los recursos a su alcance de una forma que permita controlar su dependencia respecto de él (Salancik y Pfeffer, 1978). Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, se sigue que si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales de la Unión Europea respecto a su entorno, las nuevas tecnologías deben asociarse con una mejora de la capacidad de las empresas sociales para alcanzar sus objetivos. Por tanto, si las nuevas tecnologías son un recurso que reduce la dependencia de los emprendedores sociales de la Unión Europea respecto de su entorno, el uso de las nuevas tecnologías debería afectar positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social, a saber la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado. Entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores al hacer un análisis econométrico de la relación entre ellos y el uso de nuevas tecnologías.

En definitiva, la teoría de la dependencia de recursos es un marco relevante para nuestro análisis de la relación entre las nuevas tecnologías y el emprendimiento social. Hemos determinado que la empresa social, como organización que nace y opera en un determinado entorno, se ve condicionada por la presencia de recursos en ese entorno (Desa, 2012; Weerawardena y Mort, 2006; Zahra et al., 2008) y, debido a cualidades específicas de las empresas sociales como son la limitación de precio, la dificultad para atraer talento y la escasez de financiación, su nivel de dependencia del entorno para la movilización de recursos necesarios para alcanzar sus objetivos es incluso

mayor que en el caso de las empresas comerciales (Austin, Stevenson, et al., 2006; Borch et al., 2008; Desa y Basu, 2013; Gardin, 2006; Peredo y Chrisman, 2006). Si entendemos las nuevas tecnologías como recurso, aplicando la teoría de la dependencia de recursos, es importante averiguar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales de la Unión Europea respecto a su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos. Este trabajo utiliza un enfoque empírico cuantitativo basado en la contrastación de hipótesis planteadas sobre la base del modelo teórico propuesto. En coherencia con este marco teórico, partimos de la hipótesis general de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales de la Unión Europea respecto de su entorno y por tanto afectan positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social: la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado. En el siguiente epígrafe se procede a desarrollar la conceptualización de las nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social.

1.2.2. Las nuevas tecnologías como un recurso en el emprendimiento social

Usando la teoría de la dependencia de recursos, este estudio analiza el uso de nuevas tecnologías por parte de las empresas sociales como un componente relevante del conjunto de recursos a su disposición en un esfuerzo por comprender la relación entre la innovación tecnológica y el emprendimiento social. En esta sección se desarrolla la conceptualización detallada de nuevas tecnologías e innovación tecnológica, tal y como se usarán en adelante. El término “innovación tecnológica”, se refiere en este estudio al grado de novedad de las tecnologías utilizadas por las empresas sociales. Ya Schumpeter a principios del siglo XX estableció el concepto del emprendedor como un innovador, cuya principal característica era la habilidad para combinar los recursos existentes de formas nuevas para crear productos o servicios de mayor valor (Joseph Alois Schumpeter, 1934). Las escuelas económicas que han seguido a Schumpeter han estudiado ampliamente la relación entre innovación y crecimiento económico, operando la innovación a través de la tecnología. Siguiendo la tradición de Schumpeter, una gran cantidad de estudios empíricos han establecido una relación estrecha entre la innovación tecnológica de una empresa y su desempeño económico (Wong, Ho y Autio, 2005).

Sin embargo, durante los primeros años de análisis de la tecnología por parte de los economistas, estos se referían a ella como una serie de eventos

que ocurren dentro de una “caja negra” cuyo contenido no había interés por analizar (Rosenberg, 1982). El trabajo de Rosenberg (1982) abrió por primera vez en profundidad, desde la perspectiva de la ciencia económica, esta caja negra, identificando importantes efectos para la economía y las empresas de los procesos, hasta entonces opacos para los economistas, que derivan en lo que los modelos económicos y de estrategia empresarial denominaban “tecnología”. Ejemplos de estos elementos son las tasas de mejora de la productividad en función de la tasa de innovación tecnológica, el papel que juega el conocimiento en la evolución de la propia tecnología, la tasa de transferencia tecnológica o la eficacia de las políticas públicas para el fomento de la innovación tecnológica.

El concepto de “tecnología” es diverso y complejo (Rosenberg, 1976), que es la razón por la cual muchos economistas prefirieron originalmente tratarlo como una caja negra cerrada. La palabra “tecnología” se ha utilizado en la literatura para hacer referencia a una amplia variedad de realidades: objetos, procesos, métodos, sistemas, etc (S. J. Kline, 1985). Algunos autores abogan por enfocar el análisis de la tecnología, hablando de tecnologías específicas de forma desagregada, lo cual ayudaría a analizar por separado unas formas de tecnología de otras (Rosenberg, 1976). En esta línea, se han propuesto diversas tipologías de tecnologías, entre las que destacan la clasificación en tecnologías de propósito general vs tecnologías de propósito específico¹⁶ y la clasificación de Kline¹⁷. Entre los autores que han estudiado diferentes

¹⁶ Tecnologías de Propósito General (GPT en sus siglas en inglés) vs. Tecnologías de Propósito Específico (SPT en sus siglas en inglés): GPT es aquella tecnología que se puede usar en diversas industrias (Aghion y Howitt, 2009; Harada, 2010). Son por tanto tecnologías de uso generalizado (Helpman y Trajtenberg, 1996). Las GPT juegan un papel fundamental en el desarrollo económico (Rosenberg, 1976). Sólo unas pocas tecnologías han alcanzado el estatus de GPT. Por ejemplo, las Tecnologías de Comunicación e Información son GPT (Basu y Fernald, 2007). Por contraposición, SPT son aquellas tecnologías que no son GPT, y tienen usos concretos en industrias específicas (Harada, 2010).

¹⁷ Tipología de S. J. Kline (1985): Kline clasifica la tecnología en cuatro categorías:

- Hardware (o artefactos): cosas hechas por el hombre y que no se producen naturalmente en la tierra
- Sistema socio-técnico de fabricación: cosas (integradas en un sistema), incluidas los equipos de fabricación y las personas, que se utilizan para la fabricación de hardware (o artefacto)
- La información, habilidades, procesos y procedimientos para la realización de tareas
- Un sistema socio-técnico de uso - Estos sistemas, con el uso de hardware por parte de las personas, permiten completar tareas que serían imposibles para el hombre sin el sistema.

tecnologías, una parte importante del foco del análisis ha estado en comprender cómo unas tecnologías ganan a otras, en ocasiones debido a los rendimientos crecientes sobre su uso o incluso por eventos históricos aleatorios que determinan una ventaja inicial de una sobre otra (Arthur, 1989). En su análisis sobre la evolución de la tecnología, Cimoli y Dosi (1995), identifican dos conceptos fundamentales desarrollados por la literatura al respecto: Paradigmas tecnológicos y trayectorias tecnológicas.

La noción de paradigma tecnológico se basa en tres consideraciones fundamentales. En primer lugar, la comprensión del concepto “tecnología” debe incluir el conocimiento subyacente a las actividades que la conforman. En segundo lugar, este conocimiento o idea sobre cómo han de afrontarse problemas concretos ha de ser compartido por la comunidad de profesionales del área en concreto que aplique la tecnología (ingenieros, médicos,...). Por último, generalmente la noción de un paradigma tecnológico se refiere, además, a artefactos o sistemas concretos, que van evolucionando en el tiempo, en el marco de ideas compartidas en la ya mencionada comunidad de profesionales y con unas necesidades de conocimiento subyacente específico.

La trayectoria tecnológica por su parte se refiere a las sucesivas realizaciones de las innovaciones potenciales en un paradigma tecnológico concreto. Cambios acumulativos en el conocimiento subyacente producen ideas nuevas sobre cómo han de afrontarse los problemas, que a su vez, condicionados por variables del mercado, precios, y procesos productivos, derivan en evoluciones de los artefactos y sistemas. Una evolución radical en la base de conocimiento (la forma de afrontar un problema por parte de una comunidad de profesionales y los diseños concretos de artefactos) y sistemas para hacerlo deriva en un salto a un paradigma tecnológico diferente.

Finalmente, autores como Orlikowski (1992) han abogado por ampliar el foco del concepto “Tecnología”. En opinión de este autor, la selección de algunos aspectos de la tecnología, olvidando otros, ha llevado a que el conocimiento actual sobre la tecnología y su relación con las organizaciones sea ambiguo y contradictorio. Un ejemplo de la visión estrecha sobre tecnología es la conceptualización de tecnología como *hardware* (el artefacto, según Kline), haciendo que la tecnología sólo sea relevante en empresas que usan maquinaria en sus procesos productivos, mientras que una visión amplia de la tecnología incluye acciones, técnicas y conocimientos aportados por el hombre a actividades productivas (Orlikowski, 1992). En la línea de definición amplia de tecnología está la definición de Gardner (1990, p. 127): “La tecnología engloba los bienes y servicios que las personas hacen y utilizan

para cubrir las necesidades humanas y los sistemas y procesos usados para su desarrollo y distribución”.

En coherencia con las recomendaciones de la literatura, en el presente estudio se usará una definición amplia de la tecnología, siguiendo a Christensen (2013):

Tecnología [...] significa los procesos a través de los cuales una organización transforma el trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor. [...] Todas las empresas tienen tecnología. [...] Este concepto de tecnología va más allá de la ingeniería y manufactura para englobar una serie de procesos de marketing, inversión y gestión. Innovación se refiere al cambio en una de estas tecnologías. (Christensen, 2013, p. xiii)

Según esta definición de tecnología, el concepto no se cierra a artefactos físicos o *hardware*. Esto nos permite englobar en nuestro estudio todas las tecnologías, centrándonos en el efecto de la novedad de las mismas. Es una aproximación coherente con la aproximación también amplia de la definición de emprendimiento social. Recordemos que con el concepto de emprendimiento social se plantea una primera definición amplia para luego cualificarla desagregando categorías. Del mismo modo, al tomar esta definición tan amplia de tecnología, es necesario cualificar la misma, desagregándola en categorías. De otro modo, no se podría analizar la diferencia entre unas empresas sociales y otras porque todas ellas usan tecnología en este sentido amplio. De ahí que usemos el concepto de nuevas tecnologías e innovación tecnológica. Consideraremos como medida de la innovación tecnológica la edad de la tecnología aplicada por la empresa social. La innovación tecnológica así definida queda perfectamente capturada por la pregunta de Terjesen (2009) en *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Report on Social Entrepreneurship*: “¿Las tecnologías o procedimientos necesarios para este producto o servicio están disponible desde hace menos de un año, o entre uno a cinco años, o más de cinco años?”

En resumen, en cuanto a la adecuada conceptualización de tecnología, usaremos una definición que por una parte es coherente con la literatura y por otra parte nos permite contrastar empíricamente el efecto del uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea sobre su capacidad para alcanzar sus objetivos. Definimos tecnología como “los procesos a través de los cuales una organización transforma el trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor” (Christensen, 2013, p. xiii). Definimos nuevas tecnologías como tecnologías de

menor edad y definimos innovación tecnológica como la evolución o cambio de la tecnología hacia nuevas tecnologías (Christensen, 2013, p. xiii).

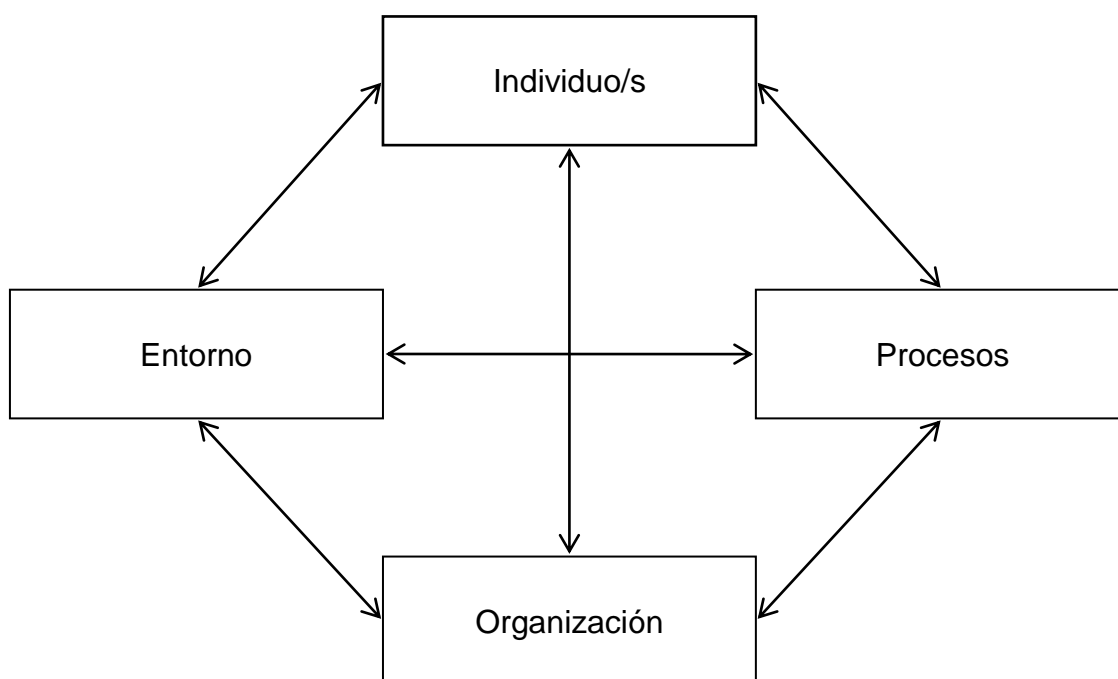
Por último, hemos de recordar que la literatura nos indica que no es válido hacer un análisis simplista de aplicación directa al caso de las empresas sociales de todo lo escrito sobre el emprendimiento comercial y su relación con las nuevas tecnologías. Sin embargo, este es el único corpus de literatura del que podemos partir. El próximo epígrafe ofrece un marco conceptual para el análisis sistemático de los elementos principales del emprendimiento. Este marco nos servirá como una lente a través de la aplicar con espíritu crítico al emprendimiento social los conocimientos existentes en la literatura sobre tecnología-innovación-emprendimiento comercial a la luz de la teoría de la dependencia de recursos.

1.2.3. El rol de la tecnología en el emprendimiento social según el modelo de Gartner

A medida que el emprendimiento social se ha ido consolidando como área de estudio, el interés académico por comprender los elementos que determinan su surgimiento y desarrollo ha ido creciendo. La literatura que analiza los determinantes del emprendimiento comercial establece una diferencia entre dos categorías de factores: Factores individuales y factores ambientales (Cuervo, 2005). La distinción entre estas dos categorías se ha aplicado también al análisis del emprendimiento social (Griffiths, 2013; Grimes, McMullen, Vogus y Miller, 2013). Sin embargo, de cara a utilizar un marco de análisis general para los múltiples factores que influyen en el emprendimiento social, la interrelación entre ellos y el papel que juega la tecnología, usaremos el modelo propuesto por Gartner (1985b), más completo que la simple división entre factores individuales y ambientales.

Gartner (1985b), en su influyente artículo *A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation*, identifica cuatro grandes tipos de elementos que hay que comprender para analizar el emprendimiento: 1) Las características del/los individuo(s), 2) el proceso, 3) la organización (incluyendo sus características y estrategia) y 4) el entorno (Ver Figura 1.3). Este es un modelo ampliamente aceptado en el área académica del emprendimiento comercial (Hoogendoorn, 2010) y ha sido aplicado al emprendimiento social con igual éxito (Bacq y Janssen, 2011; Hoogendoorn, 2010). “Este modelo tetra dimensional se puede ver como un caleidoscopio, un instrumento a través del que ver los variables patrones de la creación de nuevas empresas” (Gartner, 1985b, p. 701)

Figura 1.3.: Modelo para describir la creación de nuevas empresas.

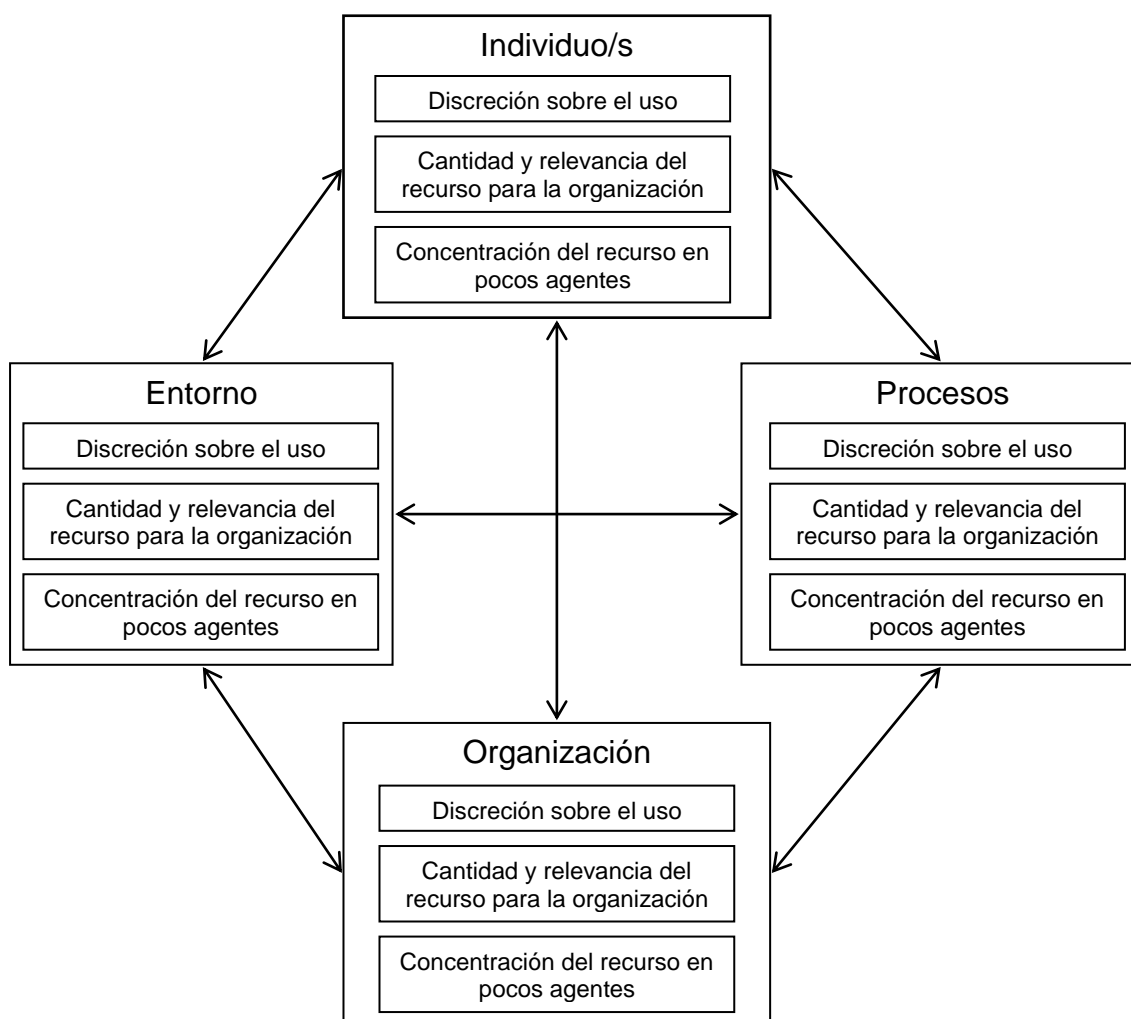


Fuente: Gartner (1985b, p. 698)

El uso de nuevas tecnologías afecta a cada una de estas esferas y puede relacionarse con el emprendimiento social de forma diferente en cada una de ellas. Por eso, de cara a comprender cómo el uso de nuevas tecnologías como recurso afecta a los emprendedores sociales de la Unión Europea en el contexto de la teoría de la dependencia de recursos, analizamos el emprendimiento social usando este modelo tetraédrico. Se analizará cómo cada uno de sus elementos afecta al acceso y aprovechamiento de la tecnología, entendida como recurso. Usaremos el tetraedro para analizar las principales aportaciones de la literatura sobre la tecnología en el emprendimiento social¹⁸ y su relación con cada uno de los tres factores de condicionan la interdependencia según Salancik y Pfeffer (1978): Cantidad y relevancia del recurso para la organización, discreción sobre el uso de un recurso y, por último, la concentración del recurso en pocos agentes (Figura 1.4.).

¹⁸ Teniendo en cuenta que el corpus de literatura sobre emprendimiento social y tecnología es limitado consideramos también aprendizajes derivados de la literatura sobre emprendimiento (no social) de base tecnológica y la literatura sobre el uso de la tecnología en el emprendimiento (no social).

Figura 1.4.: Marco conceptual del efecto de los recursos sobre la dependencia en cada uno de los elementos del tetraedro de Gartner.



Fuente: Producción propia adaptado de Gartner (1985b, p. 698)

Los factores individuales tienen que ver con elementos psicológicos, económicos, sociales y cognitivos del emprendedor, que se materializan en su habilidad individual para identificar oportunidades y para movilizar en su favor los recursos para explotar esas oportunidades. La habilidad del individuo para acceder y/o utilizar nuevas tecnologías es relevante para la empresa social. De hecho, el acceso de un individuo a nuevas tecnologías, por ejemplo blogs, televisión o internet, en ocasiones es un factor determinante para su decisión de ser emprendedor social (Barendsen y Gardner, 2004; Zahra et al., 2008). En esta disertación, en el capítulo 2, analizaremos las cualidades de los emprendedores sociales que les hacen más aptos para aprovechar el potencial las nuevas tecnologías para reducir su dependencia y mejorar sus opciones de alcanzar sus objetivos. En secciones siguientes de este estudio examinaremos

si estas cualidades se dan en los emprendedores sociales de la Unión Europea.

En cuanto a las características de la organización, sabemos que el uso de nuevas tecnologías puede condicionar, y llegar a determinar, la estrategia seguida por una empresa social. Debido a las limitaciones de acceso a recursos que suelen experimentar, para los emprendedores sociales es muy importante la construcción de una amplia red de contactos que les apoyen y poder comunicar de forma eficaz su impacto. Ambos elementos clave en la estrategia de la empresa social se ven facilitados por el uso de nuevas tecnologías (Austin, Stevenson, et al., 2006). De este modo las nuevas tecnologías son un recurso en sí mismas pero también facilitan el acceso a otros recursos, reduciendo de nuevo el nivel de dependencia de la empresa social. Este estudio explorará aquellos elementos que la literatura identifica como relevantes en las organizaciones que usan nuevas tecnologías y cómo pueden afectar a los factores identificados en la teoría de la dependencia de recursos.

Respecto al tercer elemento de Gartner, las nuevas tecnologías, por su propia definición, suponen innovación en los procesos de la empresa social y condicionan su actividad (Christensen, 2013). Por ejemplo, un emprendedor social que ofrezca un sistema para informar a los agricultores de zonas rurales remotas sobre el precio de mercado en tiempo real de sus productos estará utilizando nuevas tecnologías en sus actividades diarias, en sus procesos habituales. Además, sabemos por nuestro análisis de la literatura, que los recursos fundamentales que un emprendedor debe movilizar en la actualidad son tecnología, ciencia y conocimiento (Hitt, Ireland, Camp y Sexton, 2002). Las tecnologías de internet, por su propia naturaleza, son en su mayoría ampliamente accesibles. Es decir, no están concentradas en pocos agentes. Por tanto el desarrollar procesos intensivos en ellas reduce la dependencia de la empresa social respecto de su entorno. Analizaremos en siguientes capítulos los procesos que la literatura identifica como relevantes en el uso de nuevas tecnologías y cómo pueden afectar a los factores identificados en la teoría de la dependencia de recursos para las empresas sociales de la Unión Europea.

Finalmente, el último de los elementos del tetraedro de Gartner es el entorno. Los factores ambientales o del entorno se refieren a elementos existentes en el ecosistema de referencia, que pueden ser de tipo económico, social o institucional, que constituyen el caldo de cultivo del emprendimiento social y escapan al control del emprendedor (Austin, Stevenson, et al., 2006). Es imposible resolver eficazmente problemas sociales complicados sin

comprender bien el entorno en que se producen y adaptarse a él (Weerawardena y Mort, 2006). Esa interacción continua y cambiante entre el emprendedor social y el contexto en el que opera es crítica en el emprendimiento social (Mair y Martí, 2006; Zeyen et al., 2013). La existencia de innovación tecnológica en el entorno en el que opera el emprendedor también puede condicionar su desempeño. Siguiendo con el ejemplo anterior, la relevancia de un servicio de información sobre productos agrícolas en tiempo real se multiplica en función de cuántos de estos agricultores tienen un móvil en el que puedan recibir directamente un SMS con la información. En próximos capítulos se investigará el entorno en que emergen los emprendedores sociales de la Unión Europea así como las formas que tienen a su disposición para relacionarse con el entorno y que les ayudan a aprovechar las nuevas tecnologías.

Debido a la novedad del tema, este esfuerzo investigador se enfrenta a la ausencia de un corpus de literatura amplio sobre emprendimiento social y tecnología. Habiendo muy poca literatura directamente enfocada en la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social, el corpus más adecuado para aportar luz a la cuestión en que se centra en presente análisis es la literatura sobre emprendimiento (no social) de base tecnológica y la literatura sobre el uso de la tecnología en el emprendimiento (no social). Siendo el emprendimiento social un subtipo de emprendimiento, es razonable discutir la posible aplicabilidad de los aprendizajes derivados del corpus de literatura analizado en este capítulo al uso de nuevas tecnologías en el emprendimiento social. Sin embargo, sería poco riguroso hacer una aplicación directa de las conclusiones de la literatura sobre emprendimiento comercial de base tecnológica o uso de nuevas tecnologías al emprendimiento comercial al emprendimiento social (Desa y Kotha, 2006). De ahí que en este estudio se indicará explícitamente qué literatura existe sobre tecnología y emprendimiento social, la revisión de literatura sobre tecnología y emprendimiento comercial estructurada en torno al modelo de Gartner a la luz de la teoría de la dependencia de recursos (capítulo dos) y, finalmente, la posible aplicabilidad de las conclusiones del corpus de literatura sobre tecnología y emprendimiento comercial al emprendimiento social a la luz de los resultados de nuestro análisis empírico (capítulo ocho).

De esta corriente de literatura, los aspectos más relevantes que usaremos como fundamentación teórica del presente estudio son fundamentalmente dos. Por una parte, un análisis holístico del emprendimiento social exige la comprensión de cuatro categorías de factores: individuales, de la organización, de los procesos y ambientales (Bacq y Janssen, 2011; Gartner,

1985b; Hoogendoorn, 2010). Por otra parte, las nuevas tecnologías se relacionan con cada una de estas categorías en el emprendimiento social y, por lo tanto, un análisis holístico de la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social debe considerarlas todas (Austin, Stevenson, et al., 2006; Barendsen y Gardner, 2004; Christensen, 2013). Coherentemente, la primera sección de este estudio, Marco Teórico, se completará con un análisis exhaustivo de la literatura existente sobre tecnología-innovación-emprendimiento discutiendo su potencial aplicabilidad al emprendimiento social y las consecuencias de las conclusiones de ese corpus de literatura a la luz de la teoría de la dependencia de recursos (capítulo dos). Además, la contrastación empírica de cada una de las hipótesis se completará con una discusión sobre los elementos que podrían ayudar a los emprendedores sociales de la Unión Europea a provechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso (capítulos siete y ocho).

En esta sección se han descrito los referentes teóricos que juntos constituyen un entorno completo al análisis que se propone esta investigación. El primero se refiere al uso de la teoría de la dependencia de recursos como marco para comprender el acceso a recursos como determinante del emprendimiento social (*Resource Dependence Theory*). El segundo ofrece un marco de referencia a la conceptualización de las nuevas tecnologías como un recurso en el emprendimiento social. El tercero, el modelo de Gartner, propone un marco teórico que procure una comprensión holística del papel de la tecnología en el emprendimiento social.

Tras quedar definido en este capítulo el concepto de emprendimiento social, tal y como se empleará en la presente investigación, haber desarrollado un marco teórico sólido y derivado de él las hipótesis que se contrastarán para contestar a la pregunta fundamental de la Tesis doctoral, el capítulo siguiente completa el marco teórico con una amplia revisión del corpus de literatura relevante.

Capítulo 2 | Tecnología y emprendimiento en el modelo de Gartner. Aprendizajes para el emprendimiento social

De cara a comprender cómo el uso de nuevas tecnologías como recurso afecta a los emprendedores sociales de la Unión Europea en el contexto de la teoría de la dependencia de recursos, en este capítulo se analizará la literatura relevante usando el modelo tetraédrico de Gartner (1985b) y se discutirá cómo cada uno de sus elementos afecta al acceso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías, entendidas como recurso. Un marco teórico completo que permita partir de una comprensión lo más profunda posible sobre la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social exige una revisión general de la literatura al respecto. Sin embargo, debido a la novedad del tema, este esfuerzo investigador se enfrenta a la ausencia de un corpus de literatura amplio sobre emprendimiento social y tecnología. Habiendo muy poca literatura directamente enfocada en la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social, el corpus más adecuado para aportar luz a la cuestión en que se centra el presente análisis es la literatura sobre emprendimiento (no social) de base tecnológica y la literatura sobre el uso de la tecnología en el emprendimiento (no social). Así pues, en este capítulo haremos un repaso de estos corpus de literatura, incluyendo la poca literatura existente sobre emprendimiento social y tecnología. Dicha revisión de la literatura tiene una sólida base en producción académica revisada por pares y publicada en revistas reconocidas.

Usaremos el modelo propuesto por Gartner (1985a) para analizar el emprendimiento como marco de análisis de la literatura, exponiendo cómo las nuevas tecnologías afectan a cada uno de los elementos del modelo de Gartner así como la forma en que cada uno de esos elementos se puede orientar de cara a aprovechar mejor las nuevas tecnologías en el emprendimiento social. Como ya hemos comentado en el primer capítulo, Gartner (1985a) en su influyente artículo *A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*, identifica cuatro grandes tipos de elementos que hay que comprender para analizar el emprendimiento: Las características del/los individuo(s), el proceso, la organización (incluyendo sus características y estrategia) y el entorno. Este es un modelo ampliamente aceptado en el área académica del emprendimiento comercial (Hoogendoorn, 2010) y ha sido aplicado al emprendimiento social con igual éxito (Bacq y Janssen, 2011; Hoogendoorn, 2010). “Este modelo tetra dimensional se puede ver como un caleidoscopio, un instrumento a través del que ver los variables patrones de la creación de nuevas empresas” (Gartner, 1985a, p. 701).

En este capítulo, iremos repasando la literatura relevante a nuestro objeto de estudio para cada uno de los cuatro elementos del modelo. El uso de tecnología afecta a cada una de los elementos propuestos por Gartner en el

emprendimiento. Usaremos el tetraedro para analizar las principales aportaciones de la literatura sobre la tecnología en el emprendimiento social y su relación con cada uno de los tres factores de condicionan la interdependencia según Salancik and Pfeffer (1978): Cantidad y relevancia del recurso para la organización, discreción sobre el uso de un recurso¹⁹ y, por último, la concentración del recurso en pocos agentes. El objetivo es lograr una primera aproximación teórica a la hipótesis de que el uso de nuevas tecnologías se asocia con una mayor capacidad de las empresas sociales de la Unión Europea para alcanzar sus objetivos en cuanto a su misión social, innovación y generación de ingresos de mercado.

2.1. El individuo: El papel de las nuevas tecnologías en el descubrimiento de oportunidades y la movilización de recursos

Si bien hay casi tantas definiciones de lo que es un emprendedor como artículos publicados sobre emprendimiento, casi toda la literatura coincide en que hay diferencias entre las personas que son emprendedoras y aquellas que no lo son, y esa diferencia suele estar relacionada con rasgos de su personalidad (Gartner, 1985a, p. 699). De ahí que Gartner (1985a) incluyera al individuo, el emprendedor, como uno de los cuatro elementos fundamentales de su reconocido marco conceptual para describir el fenómeno de la creación de nuevas empresas.

En esta sección, revisaremos la literatura existente sobre el emprendedor que usa nuevas tecnologías y qué aplicación puede esta literatura tener al emprendedor social que usa nuevas tecnologías. Existe también una relación entre el uso de nuevas tecnologías por parte del emprendedor individual y el emprendimiento social. Está demostrado que el acceso de un individuo a nuevas tecnologías, por ejemplo blogs, televisión o internet, en ocasiones es un factor determinante para su decisión de ser emprendedor social (Barendsen y Gardner, 2004; Zahra et al., 2008).

Analizaremos las cualidades de los individuos que son emprendedores sociales que les hacen más aptos para aprovechar las nuevas tecnologías como recurso de forma que estas contribuyan a reducir la dependencia de la

¹⁹ Se refiere a la capacidad del agente para determinar cómo se va a distribuir y usar ese recurso. Los métodos de control de la asignación de un recurso son: La propiedad del mismo, el acceso al recurso, el propio uso del recurso, la capacidad para regular la propiedad, acceso o uso del mismo.

empresa social respecto de su entorno. Concretamente esta parte del estudio se centra en comprender si el emprendedor que usa nuevas tecnologías tiende a ser un héroe individual o desempeña su función en grupo, cómo lleva a cabo la detección de oportunidades y qué habilidades concretas debe utilizar en la movilización de recursos tecnológicos. La identificación de oportunidades y la movilización de recursos son las actividades principales del emprendedor (Byers et al., 2011) y por ello comprender cómo el uso de nuevas tecnologías les afecta es muy relevante.

2.1.1. El perfil del emprendedor: del joven emprendedor individual a equipos liderados por adultos en el caso de nuevas tecnologías

Existe una imagen prototípica en el imaginario colectivo sobre quién es el emprendedor que usa nuevas tecnologías. Para la mayoría de la gente, este es un chico joven, que quizá ha abandonado la universidad porque se aburría, y trabaja solo en un garaje mientras desarrolla lo que será el próximo gran éxito (*the next big thing*, como se suelen referir a ello los angloparlantes). De hecho, esta fascinación por el emprendedor individual encuentra su reflejo en la literatura sobre emprendimiento, gran parte de la cual se centra en la descripción del emprendedor como líder individual investido de determinadas habilidades y competencias (Casson, 1982; Kirzner, 1997; Knight, 1921). Un ejemplo de este foco en el emprendedor individual es el trabajo de Harper (2002), que describe el proceso de aprendizaje continuo del emprendedor y el rol del emprendedor en la evolución del mercado. Harper define al emprendedor de la siguiente manera: “El emprendedor es un agente que busca salir del rango de rutinas preestablecidas y del marco pre existente de ideas.” (Harper, 2002, p. 16). Para Harper, el emprendedor es en esencia una persona creativa e imaginativa cuya intuición natural se complementa con el control de su lado crítico, racional y su capacidad para aprender. Estas son las cualidades que le permiten desarrollar la principal actividad del emprendedor: generar soluciones a problemas (Byers et al., 2011)²⁰.

²⁰ La corriente de economistas de la escuela austriaca incluso coloca a este tipo de emprendedor individual (al que llaman emprendedor especulador) como motor de los mercados, más allá de la visión neoclásica sobre el equilibrio: “La dirección de todos los asuntos económicos en una sociedad de mercado es tarea de los emprendedores” (Mises, 1949, p. 308). Así, enmarca al emprendedor individual como un agente capaz de tomar decisiones en el entorno de información imperfecta, riesgo e incertidumbre descrito por Knight (Knight, 1921). El emprendedor así entendido es una persona con “valor, imaginación y empuje” (Kirzner, 1997, p. 70) cuya capacidad para detectar oportunidades depende de “su experiencia previa y su educación” (Shane, 2000, p. 448).

Pero la realidad del emprendedor que usa nuevas tecnologías es muy diferente. Al contrario que en las corrientes de literatura que acabamos de describir, una parte de la literatura centrada en el uso de nuevas tecnologías en el emprendimiento no ve tan relevante el papel del emprendedor como individuo sino que encuentra que esta forma de emprendimiento se suele dar como la combinación del trabajo de varias personas. Esto es coherente con las publicaciones de la literatura de emprendimiento, que a partir de comienzos del siglo XXI cada vez con más frecuencia subrayan la importancia de la interconexión del emprendedor con otros actores de su entorno y del emprendedor en el contexto de una comunidad de emprendedores (Mezias y Kuperman, 2001).

La teoría de la construcción social de sistemas tecnológicos (SCOT según sus siglas en inglés) es una rama de la literatura en el vértice entre la historia y la sociología que trata de explicar la emergencia de sistemas tecnológicos. La literatura SCOT sugiere que las innovaciones tecnológicas no pueden atribuirse a ningún actor individual, un héroe que se imagina una tecnología y la regala al mundo (Bijker, Hughes, Pinch y Douglas, 2012, p. xviii). Defienden la existencia de “un proceso más amplio que se construye sobre los esfuerzos de muchos” (Garud y Karnøe, 2003, p. 277).

Los equipos multidisciplinares, integrados por personas con distintas habilidades, ofrecen los mejores resultados en el empleo de tecnología en el emprendimiento (Garud y Karnøe, 2003; Garud y Kotha, 1994). Si bien SCOT nació oficialmente en 1987, publicaciones anteriores ya habían apuntado en esta misma dirección. Teece (1986) ya propuso que la aplicación exitosa de nuevas ideas de productos o procesos por parte de alguien (a quien tradicionalmente se identificaría como “el emprendedor”) requiere de la colaboración con aquellos que desarrollan herramientas de apoyo imprescindibles para la producción y puesta en mercado de los mismos. Según Teece (1986, p. 288), la ausencia de estos “activos complementarios” es una de las principales razones por las que las empresas que lideran innovaciones tecnológicas muchas veces fracasan a la hora de generar beneficios. La importancia de los grupos es real no sólo en el caso de querer lanzar al mercado un producto tecnológico sino también en el caso de querer incorporar nuevas tecnologías a los procesos internos (Fulk, 1993).

La corriente SCOT defiende que los avances tecnológicos se producen debido al cambio/conflicto en la sociedad y ayudan a su vez a conformar la

misma sociedad en la que se producen (Bijker y Law, 1992). La emergencia de una tecnología no depende sólo del emprendedor/innovador, ni siquiera del emprendedor en su equipo sino del emprendedor y su equipo en el contexto de la sociedad general en la que operan.

Pero el emprendedor que usa nuevas tecnologías no sólo difiere de la imagen que muchos pueden tener de él en cuanto a que no emprende en solitario sino que además no responde al perfil del joven en vaqueros y deportivas. La mayoría de emprendedores en sectores tecnológicos en EEUU son de mediana edad y tienen formación avanzada en gestión de empresas o disciplinas técnicas (Wadhwa, Freeman y Rissing, 2008). De hecho los emprendedores que lanzan sus empresas con más edad tienen más probabilidades de tener éxito (Van Praag, 2005). Podemos concluir pues que la realidad del emprendedor que usa nuevas tecnologías con éxito dista mucho de la idea compartida sobre ellos en el imaginario colectivo.

En resumen, cuando el recurso que analizamos son las nuevas tecnologías, el acceso al conocimiento para poderlas usar es una vía crítica de acceso a su uso. Desde la perspectiva de la teoría de la dependencia de recursos, emprender en red multiplica la probabilidad de que ese conocimiento exista entre el grupo de emprendedores. Esto mejora la capacidad para acceder a la tecnología, mejorando la discreción sobre su uso. En caso de que la capacidad para usar una determinada tecnología o la tecnología misma se concentre en pocos agentes, incluir en esa red a agentes que sí tienen el conocimiento o el acceso puede ser fundamental. Finalmente, es coherente que a la hora de usar nuevas tecnologías como recurso tengan más éxito aquellos con mayor experiencia profesional y, por tanto, con más contactos profesionales y mayor formación. Ambos factores aumentan la capacidad de acceso a tecnología a través de la construcción de redes o equipos de emprendedores mejor seleccionados y con habilidades complementarias. El hecho de que el conocimiento sea clave para el uso de las nuevas tecnologías es verdad también para los emprendedores sociales ya que es una cualidad de la propia tecnología y no del emprendedor. Concluimos por tanto que los aprendizajes de la literatura que analiza el perfil del emprendedor que usa nuevas tecnologías son coherentes con el hecho de que las nuevas tecnologías puedan ser un recurso que reduzca la dependencia del emprendedor social respecto de su entorno en las condiciones anteriormente expuestas (creación de redes, experiencia profesional,...). En el próximo capítulo analizaremos el perfil de los emprendedores sociales de la Unión Europea y podremos saber si cumplen o no con las cualidades mencionadas en la literatura como son mayor edad, formación y experiencia profesional.

2.1.2. La detección de oportunidades por parte del emprendedor y el uso de nuevas tecnologías

La capacidad para identificar y evaluar oportunidades es una de los rasgos más característicos del emprendedor. La elección de una oportunidad y la decisión de actuar para aprovecharla es un momento crítico en su carrera como emprendedor. La detección de una oportunidad no puede nunca separarse del emprendedor porque la oportunidad en sí misma no constituye nada, es necesario un emprendedor que la identifique, tras evaluarla tome la decisión de actuar sobre ella y que lo haga de forma adecuada para crear una solución útil al problema que ha generado la oportunidad. Por eso en este capítulo analizaremos la oportunidad como un elemento del individuo y no de ninguna de las otras variables de Gartner.

Identificar oportunidades consiste en encontrar soluciones para problemas que sean mejores que las existentes y realizables con los recursos que puede movilizar el emprendedor (Byers et al., 2011). Según explica Byers et al. (2011), las oportunidades para los emprendedores tecnológicos pueden dividirse en dos categorías: *Opportunity pull*²¹ (donde es la propia oportunidad la que tira del emprendedor) y *Opportunity push*²² (donde es el emprendedor el que genera la oportunidad). En cuanto a los tipos de oportunidades, Byers et al. (2011) identifica hasta nueve. Todas ellas han sido aplicadas para identificar oportunidades de solucionar problemas sociales:

²¹ Estas oportunidades las detecta el emprendedor al identificar un problema previamente existente para el que se imagina una solución que puede llevar al desarrollo de tecnologías nuevas. Esta forma de identificar oportunidades desde la identificación primero de un problema para luego tratar de articular recursos para resolverlo puede relacionarse con la estrategia de optimización para la movilización de recursos. El riesgo inherente a esta estrategia es la posible falta de alineación entre el problema identificado y la capacidad real del emprendedor de movilizar los recursos que serían necesarios para resolverlo.

²² Estas oportunidades las detecta el emprendedor al conocer una tecnología nueva y, una vez conocida la tecnología, buscar opciones para aplicarla a la resolución de un problema ya existente. Esta forma de identificar oportunidades desde la identificación previa de recursos tecnológicos existentes y disponibles para el emprendedor puede relacionarse con el bricolaje como estrategia de movilización de recursos. El riesgo inherente a esta estrategia es que el emprendedor preste demasiada atención a la nueva tecnología, sin darse cuenta de que tener una herramienta no es lo mismo que tener una solución a un problema. Los clientes quieren soluciones a problemas y le importa más recibir la solución adecuada con la calidad necesaria que la tecnología que se use para ello (Byers et al., 2011; Priem, Li, y Carr, 2012).

1. Aumentar el valor de un producto o servicio ya existente. Un ejemplo de este tipo de oportunidad es la que llevó a la fundación de la empresa D.Light, explicada en detalle por Byers et al. (2011).²³
2. Nuevas aplicaciones de tecnologías existentes: Las plataformas de búsqueda de financiación a través de redes sociales y marketing online son un buen ejemplo de este tipo de oportunidades²⁴.
3. Crear mercados de masas para productos inicialmente de nicho. Un buen ejemplo de la adaptación de productos tecnológicos de nicho al consumo de masas es el teléfono móvil²⁵.
4. Adaptación para cada individuo (*Customization* en inglés): F123 es una empresa social en Brasil que desarrolla soluciones tecnológicas para facilitar la vida de personas con discapacidad. Una de las ventajas de sus soluciones es que el software es abierto y cada usuario puede adaptarlo a sus necesidades particulares²⁶.

²³ En este ejemplo se ve cómo Sam Goldman es capaz de tomar un producto ya existente, como son las lámparas LED, y evolucionarlo hasta aumentar su valor: “Sam Goldman, fundador de D.Light, creció en Mauritania, Pakistán, Perú, India y Ruanda antes de hacerse voluntario de Peace Corps en Benin. Después estudió biología y estudios medioambientales en Canadá tras lo que obtuvo un MBA en Stanford. Mientras Goldman vivía en Benin, el hijo de su vecino resultó herido gravemente con quemaduras por un accidente con una lámpara de Keroseno. Esto le inspiró para crear una nueva fuente de luz que tuviera el mismo precio que las lámparas de keroseno pero que fuera segura para usar cerca de los niños. D.light ahora fabrica bombillas LED muy eficientes que nos entre ocho y diez veces más brillantes que las lámparas de keroseno y un 50% más eficientes que las bombillas fluorescentes” (Byers et al., 2011, p. 27).

²⁴ Las redes sociales se desarrollaron para facilitar las relaciones sociales vía internet. Muchos emprendedores han encontrado oportunidades en su aplicación a otros contextos o usos. Kickstarter permite a los emprendedores que quieren financiar el desarrollo de sus productos levantar financiación de la gente a través de su plataforma online. Las campañas de búsqueda de financiación en Kickstarter son fundamentalmente campañas de marketing online que se desarrollan a través de redes sociales, dándoles así un uso diferente de aquel para el que se crearon pero igualmente eficaz.

²⁵ Inicialmente era un producto muy caro y complicado de usar, apto sólo para algunos privilegiados. Pronto se desarrolló toda una industria abaratando los costes de producción y mejorando su usabilidad hasta llegar al nivel actual de penetración de móvil. De hecho, en 2014, la mitad de la población mundial utilizaba teléfonos móviles, frente a apenas un quinto de la población mundial que lo hacía diez años antes (GSMA, 2015).

²⁶ Ya existían soluciones tecnológicas para personas con discapacidad pero Fernando Botelho, el emprendedor impulsor del proyecto, ha encontrado una oportunidad en ir más allá de

5. Aumentar la llegada del producto al usuario final: Un buen ejemplo del uso de tecnología para mejorar la llegada del producto al usuario es *Project Mwana* y su estrategia para agilizar la distribución de diagnósticos médicos en zonas remotas²⁷.
6. Gestionar cadena de suministros: Cada vez están naciendo más empresas sociales que se insertan en el concepto de sistemas híbridos de valor²⁸. Todas ellas podrían situarse entre las que encuentran oportunidades de esta manera. Estas empresas sociales forman parte de la cadena de suministros de grandes corporaciones²⁹.
7. Convergencia de industrias: La empresa social tailandesa *Doi Tung Development Project* ha identifica la oportunidad de utilizar un método de gestión de riesgos, combinado con educación e intervenciones de bienestar económico para fomentar la incorporación de tecnología en agroindustria³⁰.
8. Innovación en procesos: La innovación en procesos puede entenderse de diversas maneras. Una opción sería distribuir un producto o servicio de una forma mejor. Otra opción sería evolucionar hacia mejores procesos internos como hacer más eficiente la coordinación interna. En el caso de mejora de coordinación interna, existen multitud de plataformas tecnológicas que facilitan la coordinación de procesos y tareas para equipos que trabajan en remoto o apoyados en teletrabajo.

generar soluciones para tipos de discapacidad, creando soluciones adaptables dentro de eso a la especificidad de la condición de cada usuario.

²⁷ El diagnóstico y tratamiento de VIH es algo complicado y costoso en muchos lugares del mundo. Project Mwana usa tecnología móvil para mejorar el diagnóstico infantil temprano de VIH. A través de SMS informa con prontitud a las madres portadoras del virus sobre el diagnóstico de sus hijos y, en caso de haber sido infectados con VIH, les recuerda también por SMS los momentos clave de su tratamiento. De este modo se usa la tecnología para mejorar la llegada de información sobre diagnóstico y tratamiento a las madres, ahorrándoles un tiempo que puede tener un impacto crucial en la evolución de sus hijos (UNICEF Zambia, 2012).

²⁸ Los Sistemas híbridos de valor son “alianzas entre una organización social y una empresa privada o ente público, que, mediante la unión de sus respectivas fortalezas, consiguen generar un impacto social al mismo tiempo que se genera un retorno económico para ambas partes lo que lo aleja de la Responsabilidad social corporativa tradicional.” (SpainAshoka.org)

²⁹ Otro ejemplo son las empresas sociales de comercio justo, cuya oportunidad está precisamente en garantizar a sus clientes el origen social de sus suministros.

³⁰ La intersección de intervenciones de distintas áreas la ha permitido acelerar el proceso de actualización tecnológica de pequeños agricultores, mejorando con ellos su bienestar (Ellis, Ratanawaraha, Diskul, y Chandrachai, 2012).

9. Aumentar la escala de una industria. Un caso que ejemplifica la búsqueda de oportunidades usando la tecnología para aumentar la escala de una industria es EBay³¹.

La identificación de una oportunidad por parte del emprendedor social se complementa con un análisis coste beneficio sobre la posibilidad de crear una organización para explotar la oportunidad ya que no todos los sectores y circunstancias son igual de proclives a que las oportunidades tecnológicas se exploten mediante la creación de nuevas empresas (Malerba y Orsenigo, 1996; Shane, 2001; Venkataraman, 1997). Otra cuestión a tener en cuenta en la relación entre el emprendedor y la oportunidad es que no es necesariamente el primero en explotar la oportunidad quien lo hace con éxito, ni tampoco la empresa con la mejor tecnología sino que “es la empresa que encuentra la aplicación adecuada de esa tecnología la que tiene éxito” (Balachandra, Goldschmitt y Friar, 2004, p. 10). La detección de una oportunidad o la existencia de una nueva tecnología no llevan automáticamente a la creación de una empresa que tenga impacto sino que necesita de un emprendedor que la evalúe, dé con una aplicación correcta y la lleve a cabo.

De las conclusiones de la literatura se deriva que la identificación de oportunidades apoyadas en nuevas tecnologías y su articulación mediante la creación de una nueva organización se basa en gran parte en el conocimiento y habilidades del/los emprendedor/es. De nuevo, el conocimiento surge como un elemento clave para el acceso al uso de nuevas tecnologías como recurso en la explotación de este tipo de oportunidades. Esta conclusión de la literatura en cuanto a la detección de oportunidades por parte del emprendedor tecnológico es aplicable también a los emprendedores sociales. De hecho, la mayoría de ejemplos que hemos visto sobre tipos de oportunidades tecnológicas corresponden a empresas sociales. A la luz de la teoría de la dependencia de recursos, la literatura apunta a que las nuevas tecnologías pueden ser un recurso que reduzca la dependencia de los emprendedores sociales respecto de su entorno fundamentalmente en el caso de equipos de emprendedores con conocimiento suficiente como para ejercer la discreción sobre su uso.

³¹ Pierre Omidyar, fundador de la empresa, logró transformar la venta de objetos de segunda mano de una industria reducida y local, centrada en mercados pequeños de barrios o tiendas de segunda mano a una industria global y online.

2.1.3. Cualidades del emprendedor en la movilización de recursos, entre ellos las nuevas tecnologías

La trayectoria del emprendedor consiste en ir asignando a las oportunidades que identifica en el mercado los recursos necesarios para explotarlas (Kuemmerle, 2005). Los recursos a su disposición condicionarán el tipo de organización que puede construir y las oportunidades que puede explotar. Algunas cualidades que siempre debe tener el emprendedor para lograr la movilización de los recursos que necesita son la credibilidad (Zimmerman y Zeitz, 2002), especialmente importante para organizaciones con una misión social (MacMillan, Money, Money y Downing, 2005), y las competencias sociales (R. A. Baron y Markman, 2003; Newbert y Tornikoski, 2013). Seelos y Mair (2005, p. 244) afirman que el emprendimiento social “depende de individuos excepcionalmente hábiles para reunir y movilizar recursos”.

Además, debido a que no puede beneficiarse de economías de escala, el emprendedor necesita acceder a esos recursos a precios menores que el precio de mercado para poder hacer su proyecto viable (Hambrick y MacMillan, 1984). El acceso a recursos a un precio inferior al de mercado es especialmente crítico para los emprendedores sociales debido a sus limitaciones para trasladar sus costes a precio (Austin, Stevenson, et al., 2006; Lasprogata y Cotten, 2003). Para lograr los recursos que necesita a un precio inferior al de mercado, los emprendedores se basan mucho en el establecimiento de relaciones intensamente engarzadas con aquellos que les apoyan (Newbert y Tornikoski, 2013).

Las nuevas tecnologías han transformado la relación entre el emprendedor y los recursos. Para Gottfredson, Puryear y Phillips (2005) esta relación ha cambiado hasta el punto de que el emprendedor debe evitar ver como única opción la de ser dueño de las capacidades o recursos sino que debe tener la capacidad de encontrar otras formas más creativas de poder acceder a utilizarlos de la forma más eficiente posible. De ahí que la externalización de nodos de las cadenas de valor sea cada vez más importante y sofisticada.

En el contexto de la teoría de la dependencia de recursos, las nuevas tecnologías como recurso para un emprendedor constituyen el mejor ejemplo de cómo existen diferentes formas de utilizar recursos, es decir, de ejercer la discreción sobre su uso. Muchas nuevas tecnologías tienen modelos de negocio basados en el volumen de usuarios de manera que el acceso es muy barato o gratuito y otras se basan en licencias sobre el uso, que las hace también fácilmente accesibles. Un emprendedor que necesite incorporar a su

proceso productivo una nueva tecnología tiene a su disposición diversas opciones para hacerlo: puede importar y recombinar nuevas bases de conocimiento que incluye licencias sobre tecnologías, puede comprar la tecnología o puede contratar a empleados altamente cualificados en una determinada tecnología.

En resumen, los conocimientos de la literatura sobre los emprendedores tecnológicos, apuntan a que las nuevas tecnologías como recurso sí tienen el potencial de reducir la dependencia del emprendedor respecto de su entorno y, por tanto, ayudarle a conseguir sus objetivos. Para aprovechar este potencial de las nuevas tecnologías como recurso el emprendedor debe emprender en equipo o como parte de una red, apoyado sobre una formación sofisticada y su experiencia profesional previa. Al detectar problemas y construir soluciones para cuya producción o implementación se apoya en la tecnología, no debe obsesionarse con una tecnología en concreto sino ser capaz de encontrar la aplicación óptima de la misma para dar solución a un problema. Por último, las nuevas tecnologías pueden ser un apoyo a su capacidad de movilizar recursos gracias a sus habilidades sociales y le ofrecen la oportunidad de usarlas como recurso sin cerrarse en ser dueño de las mismas. La literatura que hemos revisado indica que esto es especialmente importante para los emprendedores sociales.

2.2. La organización: El papel de las nuevas tecnologías en la determinación de la estrategia

El segundo de los elementos que Gartner (1985a) destaca en su análisis del emprendimiento es la organización. Como ya ha quedado expuesto, los emprendedores, una vez identificada una oportunidad, han de decidir cuál es el modo más eficiente para explotarla. “El emprendedor debe plantearse qué tipo de organización quiere construir en función de criterios tales como el contexto, las personas, las consecuencias legales y fiscales y la normas sociales y culturales” (Byers et al., 2011, p. 179). En este epígrafe analizaremos las cualidades de las organizaciones que construyen los emprendedores sociales que les ayudan aprovechar las nuevas tecnologías como recurso. Para ello analizaremos aquellos elementos que la literatura identifica como relevantes en las organizaciones que usan nuevas tecnologías y cómo pueden afectar a los factores que afectan a la dependencia, identificados en la teoría de la dependencia de recursos.

2.2.1. Organizaciones capaces de aprovechar el conocimiento

Una de las cualidades más importantes de las organizaciones que incorporan innovaciones tecnológicas es la capacidad para aprender, que se produce tanto por la improvisación, como a través de experimentos o prueba y error (Miner, Bassof y Moorman, 2001). Para que la innovación que surge como fruto de la improvisación se transforme en aprendizaje a largo plazo para la organización es importante tener el tipo de cultura y procesos que permitan identificar cuáles de esas improvisaciones dan buenos resultados y debe extenderse y cuáles deben ser ignoradas.

En empresas innovadoras priman como valores la colaboración, la creatividad y la capacidad para asumir riesgos. La creación de una cultura organizativa abierta a la innovación y la creatividad es clave para poder aprovechar el talento de estos equipos (Jassawalla y Sashittal, 2002). Las organizaciones en que esta capacidad para el aprendizaje se maximiza son organizaciones flexibles. Según Garud y Kotha (1994) la flexibilidad de las organizaciones es un factor crítico para sobrevivir en entornos en permanente cambio. El uso de nuevas tecnologías posibilita esa flexibilidad al crear procesos más ágiles, productos y servicios personalizables y un contacto más directo con los clientes que permite una reacción más rápida y adaptada (Garud y Kotha, 1994). La inversión en tecnología debe apoyarse sobre la cultura organizacional y la estructura de organización necesaria para aprovecharla.

El hecho de tener que poner en marcha conocimiento que no está nunca concentrado en una sola persona es un reto que afrontan todas las organizaciones. Este reto resulta todavía más crítico en el caso de organizaciones intensivas en el uso de tecnología y, por tanto, intensivas en conocimiento. Tsoukas (1996) define las organizaciones como sistemas de conocimiento distribuido. Son por tanto realidades en un fluir continuo y cambiante. De ese análisis concluye, en la misma línea que Garud y Kotha (1994) que para usar todo ese conocimiento que está distribuido en la organización y fluye por ella, es necesario asegurar la interconexión entre todos los niveles de la organización, y especialmente entre los niveles inferiores, para que se dé un intercambio natural del conocimiento.

En perfecta coherencia con la literatura que analizaba las cualidades del individuo emprendedor que le ayudan a provechar el potencial de las nuevas tecnologías, el corpus de literatura sobre las cualidades de las organizaciones destaca el conocimiento como elemento fundamental de acceso al uso de las mismas. Ya hemos comentado que esta necesidad de conocimiento se debe a

cualidades de la tecnología, no de los emprendedores o sus organizaciones, y por tanto es aplicable a los emprendedores sociales. Sin ese conocimiento, una empresa social para la que las nuevas tecnologías sean un recurso relevante y que necesita usar en grandes cantidades podría tener muy limitada discreción sobre su uso. En este contexto, las nuevas tecnologías podrían de hecho estar aumentando la dependencia de la empresa social respecto de su entorno y limitando sus posibilidades de alcanzar sus objetivos.

2.2.2. Catalizar el talento en organizaciones que quieren aprovechar las nuevas tecnologías

Cómo se ordena el talento dentro de la propia organización es uno de los elementos críticos para lograr generar la flexibilidad y la comunicación permanente anteriormente mencionadas, que son necesarias para atraer, retener y gestionar el conocimiento. Las empresas tecnológicas que han tenido un desempeño mejor son aquellas que han sido capaces de evolucionar hacia estructuras más planas, con menos jerarquías (Ghoshal, Piramal y Bartlett, 2002; Nohria, Joyce y Roberson, 2003). Según la literatura, la mejor estructura organizativa por la que pueden optar los emprendedores que quieran aprovechar las nuevas tecnologías son estructuras colaborativas donde las unidades operativas son equipos pequeños, auto-organizados, adaptativos y en continua comunicación entre ellos (Byers et al., 2011; Diamond, 2000; Ghoshal et al., 2002)³². En este tipo de empresas, las jerarquías tienden a sustituirse por redes, que ofrecen estructuras más orgánicas (Larson, 1992).

La cualidad más importante del líder o equipo gestor en este contexto es saber dar uso a las competencias de los equipos, para lo que debe tener importantes habilidades sociales y como gestor de redes de contactos (Davidsson y Honig, 2003). El equipo gestor en estas empresas debe indicar a sus equipos el objetivo, pero ha de dejar que sean los propios equipos los que definan cuál es el mejor camino para llegar a él, descentralizando así la toma de decisiones (Byers et al., 2011; Malone y Team, 2013). La tarea del equipo gestor comienza con la elección de miembros del equipo, en los que además de capacidades técnicas deben buscar que sean suficientemente flexibles, con experiencia y creatividad (J. N. Baron y Hannan, 2002). Liderar estos equipos altamente cualificados en un entorno de rápido cambio exige por parte del equipo gestor no sólo capacidades de liderazgo sino conocimiento técnicos y

³² Destacan ejemplos como el de la empresa india Bajaj Auto, que transformó su organigrama para crear pequeños equipos autónomos, a las que llamó células, para mejorar la agilidad y velocidad de respuesta de la empresa (Ghoshal et al., 2002).

tecnológicos para poder comprender la información que comparten los equipos y tomar decisiones (Schmidt et al., 2015).

La importancia que los equipos tienen en estas organizaciones hace que sea muy importante construirlas de modo que se retenga el talento una vez se ha incorporado. Según Baron y Hannan (2002) los elementos fundamentales para retener a este tipo de talento son la pasión por el proyecto y por la comunidad que lo impulsa, las características de las tareas concretas que cada miembro del equipo tiene asignados y la retribución económica. Estas estrategias son de especial importancia para las empresas sociales, que carecen de recursos económicos para retener el talento vía incentivos salariales (Akingbola, 2006; Austin, Stevenson, et al., 2006).

Una de las formas de organización de los equipos que se han hecho populares entre los emprendedores tecnológicos son los equipos virtuales. Los equipos virtuales están compuestos por miembros que están físicamente lejos unos de otros y se comunican, coordinan y comparten tareas para alcanzar un objetivo común usando tecnología (Gilson, Maynard, Young, Vartiainen y Hakonen, 2015). Los principales retos que afrontan estos equipos son la construcción de confianza, la cohesión, construir una identidad como equipo y evitar la sensación de aislamiento de sus miembros (Kirkman, Rosen, Gibson, Tesluk y McPherson, 2002). Los líderes de equipos virtuales deben hacer un esfuerzo adicional para generar un entorno social positivo, dinámicas de equipo efectivas y un sentimiento de igualdad y pertenencia al grupo entre los miembros del equipo como condición determinante para su buen desempeño (Gilson et al., 2015). Muchas empresas optan por versiones híbridas (parte virtual y parte presencial), lo que en inglés se llama *Bricks y Clicks*. Si bien el componente relacional de las interacciones cara a cara es más intenso que en el caso de las interacciones online, se observa que la efectividad con que se alcanzan los objetivos es similar (Han, 2008).

En este epígrafe se ha discutido cómo los emprendedores que usan nuevas tecnologías deben estructurar sus organizaciones para atraer y retener el talento. La literatura establece que desarrollar estrategias de atracción y retención de talento es especialmente relevante para las empresas sociales, que no siempre pueden competir vía salario. Esto es fundamental para que sean capaces de retener el conocimiento dentro de la organización. Siguiendo la teoría de la dependencia de recursos, de otro modo aumentará la dependencia de la empresa social que usa nuevas tecnologías respecto de su entorno por tener un peor acceso a las nuevas tecnologías, que son para estas organizaciones un recurso fundamental.

2.2.3. Organizaciones orientadas a establecer alianzas

Los retos que afrontan los emprendedores, en especial los emprendedores sociales, son la mayoría de las veces demasiado importantes como para que una organización en solitario pueda movilizar y operar los recursos suficientes como para resolverlos. De ahí que las organizaciones conformadas por emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías deban estar no sólo abiertas al establecimiento de alianzas sino activamente orientadas a establecer alianzas en las que cada socio pueda aportar lo que mejor sabe hacer (Nohria et al., 2003). De hecho, en muchas ocasiones es precisamente el establecimiento de estas alianzas lo que permite a los emprendedores sociales el acceso a la tecnología que necesitan para poner en práctica las soluciones que diseñan. Debido a las limitaciones de acceso a recursos que suelen experimentar, para los emprendedores sociales es muy importante la construcción de una amplia red de contactos que les apoyen y poder comunicar de forma eficaz su impacto. Ambos elementos, clave en la estrategia de la empresa social, se ven facilitados por el uso de nuevas tecnologías (Austin, Stevenson, et al., 2006)³³.

Estas organizaciones son capaces de usar las nuevas tecnologías para establecer colaboraciones con otras organizaciones o, directamente, con la sociedad en la que operan o a la que se dirigen. Las redes sociales pueden ser una herramienta muy provechosa para las organizaciones que decidan tener una orientación abierta y de búsqueda de alianzas (Kanter y Fine, 2010). La literatura apunta por tanto a que las nuevas tecnologías son un recurso en sí mismas pero también facilitan el acceso a otros recursos, reduciendo de nuevo el nivel de dependencia de la empresa social, en línea con el marco de la teoría de la dependencia de recursos. Es un rasgo de particular relevancia para las empresas sociales, para quienes ya se ha comentado que la literatura establece que el desarrollo de alianzas es fundamental.

En resumen, la literatura indica que el tipo de organización mejor preparada para aprovechar las oportunidades de las nuevas tecnologías como recurso para el emprendimiento social a fin de reducir la dependencia respecto del

³³ *Un buen ejemplo es Women's World Banking (WWB), una micro financiera cuya misión es dar servicios financieros a 500 millones de mujeres por todo el mundo. Ellos están logrando avanzar en su propósito gracias a alianzas con organizaciones locales en cada uno de los países en los que operan. Estas organizaciones locales se centran en proveer los servicios directamente a las clientas mientras que WWB le brinda la plataforma tecnológica sobre la que operan (Wei-Skillern, 2007).*

entorno tienen una estructura que permita la innovación, creatividad y aprendizaje continuado. Son además organizaciones planas y flexibles con comunicación abierta y continuada. Se estructuran en red en torno a equipos nodales, con gestores que hagan de facilitadores del trabajo y la comunicación. De cara a que las nuevas tecnologías permitan reducir la dependencia del entorno es absolutamente crítico que estas organizaciones sean capaces de atraer y retener el talento, que tiene que tener tanto capacidades técnicas como tecnológicas y de gestión. Las nuevas tecnologías les brindan la oportunidad de aprovechar las oportunidades del trabajo virtual, sabiendo combinarlo con elementos analógicos. Por último, deben estar orientadas a la colaboración con otras organizaciones o jugadores en su entorno, para lo que las nuevas tecnologías son un buen aliado.

2.3. Los procesos y actividades

Para entender el emprendimiento no basta con analizar el individuo y la organización que esta crea, es también fundamental analizar las actividades que este individuo realiza para explotar la oportunidad que ha detectado, entre las que la acumulación de recursos es fundamental³⁴. Las nuevas tecnologías, por su propia definición, suponen innovación en los procesos de la empresa social que condiciona su actividad (Christensen, 2013). Podemos considerar procesos las distintas actividades que tienen lugar en la cadena de valor y que, en última instancia, hacen posible transferir valor a los clientes a través de los productos o servicios que comercializa el emprendedor (Byers et al., 2011; Krajewski, Ritzman y Malhotra, 2007).

El diseño de procesos eficaces y eficientes es una de las claves del éxito de cualquier emprendedor (Hammer, 2003; Ulrich y Eppinger, 2004). Conseguirlos depende de la arquitectura de la cadena de valor, la de la tecnología que utilizamos y la de nuestros procesos, que están íntimamente relacionados entre sí (Holweg y Helo, 2014).

En esta sección nos centraremos en comprender los procesos que utiliza el emprendedor para conseguir acumular recursos entre los que están

³⁴ Hay seis tipos de actividades fundamentales que realizan los emprendedores y que destaca la literatura (Gartner, 1985a): Localizar una oportunidad de negocio, acumular recursos, comercializar productos y servicios, producir productos y servicios, crear una organización, responder ante al gobierno y la sociedad

las nuevas tecnologías. Expondremos también la forma más eficiente de estructurar los procesos para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías y discutiremos las estrategias más innovadoras y actuales empleadas por los emprendedores de base tecnológica para mejorar sus posibilidades de tener éxito. Por último, analizaremos el papel de las nuevas tecnologías como recurso en el contexto de la teoría de la dependencia de recursos en cuanto a su efecto en los procesos.

2.3.1. Procesos dirigidos a acumular recursos

La movilización de recursos por parte del emprendedor tiene tal importancia que muchos autores consideran que en sí mismo emprender consiste en gran parte en recombinar o transformar los recursos existentes (Garud y Karnøe, 2003; Joseph A. Schumpeter, 1942; Usher, 1954; Venkataraman, 1997). En el caso de empresas sociales, la capacidad de movilizar recursos suele ser incluso más importante para avanzar en el logro de su misión que en empresas convencionales (Austin, Stevenson, et al., 2006; Desa y Basu, 2013). Los recursos fundamentales que un emprendedor debe movilizar en la actualidad son tecnología, ciencia y conocimiento (Hitt et al., 2002). El capital financiero y a los recursos humanos adecuados, son fundamentales para acceder a ellos y ponerlos a trabajar (Byers et al., 2011; Hitt, Ireland, Camp y Sexton, 2001).

De hecho, una de las cuestiones más sorprendentes sobre el emprendimiento es su capacidad para competir con grandes organizaciones que acumulan muchos más recursos (Garud y Karnøe, 2003). Como ya quedó expuesto en el primer capítulo de este estudio, las dos estrategias fundamentales que siguen los emprendedores para movilizar recursos son la optimización y el bricolaje. La optimización se refiere a la adquisición a precio de mercado de los mejores recursos disponibles dentro de los que habitualmente se utilizan para la aplicación para la que se adquieren (Desa y Basu, 2013; Oliver, 1997). Primero se fija el objetivo que se quiere alcanzar y después de buscan los recursos mejores para lograrlo. En el ámbito del emprendimiento tecnológico la optimización está vinculada con la búsqueda de grandes avances o descubrimientos (Garud y Karnøe, 2003). Gracias a que el uso de nuevas tecnologías no implica su posesión sino que se puede disponer de ellas a través de licencias la optimización sí es una estrategia accesible a emprendedores sociales aunque no cuenten con muchos recursos económicos. El bricolaje consiste en combinar de forma creativa recursos ya existentes en el entorno, fácilmente accesibles y que muchas veces se pueden conseguir gratis o muy baratos (Desa y Basu, 2013; Garud y Karnøe, 2003; Lévi-Strauss, 1966; Miner et al., 2001). A través del bricolaje el emprendedor puede ir poco a poco abriendo camino en la evolución de la tecnología gracias

a su capacidad de adaptación (Garud y Karnøe, 2003). Muchas nuevas tecnologías se basan en modelos de negocio que no requieren de la compra de licencias sino que están directamente a disposición gratuita de quien las pueda aplicar. Por tanto, también el bricolaje es una estrategia útil a la hora de desarrollar procesos intensivos en nuevas tecnologías. Estas nociones, propias de la teoría de la dependencia de recursos, ya han sido aplicadas en investigaciones cualitativas sobre el emprendimiento social (Desa y Basu, 2013; Mair y Marti, 2009).

2.3.2. Procesos distribuidos y cadenas de valor de arquitectura abierta

En esta sección analizaremos el efecto de la tecnología en los distintos procesos de la cadena de valor de la empresa de reciente creación. Las cuatro cualidades fundamentales que los emprendedores deben lograr como resultado de sus cadenas de valor para poder competir pueden impulsarse gracias a las nuevas tecnologías (Byers et al., 2011): Bajo coste, alta calidad, velocidad y flexibilidad.

Aprovechar o no este potencial de las nuevas tecnologías depende en gran parte de cómo se estructuren esos procesos. Estructurar procesos distribuidos, con secuencias de actividad ocurriendo de forma paralela, mejora la adaptabilidad de las organizaciones y optimiza el potencial impacto del uso de nuevas tecnologías en ellas (Garud y Kotha, 1994). Las formas lineales de estructuración de los procesos, más tradicionales y ancladas sobre jerarquías, no permiten sacar todo el partido que las nuevas tecnologías, especialmente TIC (Fulk, 1993), ofrecen para lograr empresas más flexibles y adaptables. De ahí que Garud y Kotha (1994) aboguen por sistemas productivos auto organizados, apoyados en estructuras organizativas planas, nodales y con equipos empoderados para la toma de decisiones.

Estos procesos productivos apoyados en nuevas tecnologías se construyen sobre cadenas de valor de arquitectura abierta (Byers et al., 2011; Hoffman, Ramsey y Estrin, 2015). La cadena de valor no es un elemento lineal, contenido íntegramente dentro de la organización sino un sistema de red abierta, que integra socios y proveedores (Best, 2001; Holweg y Helo, 2014). Para diseñar cadenas de valor de arquitectura abierta, comprender la forma eficiente de gestionar la externalización de elementos no nucleares es fundamental. El emprendedor debe diferenciar entre aquellas actividades nucleares para el proyecto y aquellas otras que no lo son y pueden por tanto ser externalizadas (Gottfredson et al., 2005). Además, como ya hemos comentado, en una empresa de reciente creación la velocidad y flexibilidad en

la cadena de valor es muy importante y se puede lograr gracias a las nuevas tecnologías (Byers et al., 2011; Garud y Kotha, 1994). Esto hace que sean procesos muy intensivos en información. Donde la información debe de fluir en todas las direcciones de la cadena, tanto desde la organización hacia los clientes como desde los clientes hacia la organización y dentro de ella hacia los nodos pertinentes. Precisamente por ser tan intensivos en información el papel de las nuevas tecnologías, especialmente las relacionadas con internet, es clave (Hammer, 2003; Tapscott, Ticoll y Lowy, 2000).

De nuevo, las nuevas tecnologías aparecen como un recurso a conseguir pero también como herramienta para movilizar recursos, entre ellos más nuevas tecnologías. Las tecnologías de internet, por su propia naturaleza, son en su mayoría ampliamente accesibles. Es decir, no están concentradas en pocos agentes. En la medida que la literatura establece que el acceso a recursos es aún más importante para las empresas sociales, las nuevas tecnologías e internet constituyen una oportunidad relevante para ellas. Por tanto, siguiendo la lógica de la teoría de la dependencia de recursos, el desarrollar procesos intensivos en ellas reduce la dependencia de la empresa social respecto de su entorno.

2.3.3. Procesos ágiles y procesos *lean*

Los emprendedores de base tecnológica viven en un entorno aún más cambiante que la mayoría de emprendedores (Trimi y Berbegal-Mirabent, 2012). Y esto es aún más intenso en el caso de los emprendedores sociales porque sabemos que las empresas sociales operan en entornos especialmente complicados e inestables (Desa, 2012; Zahra et al., 2008). De ahí que lo comentado hasta ahora sobre la necesidad de imprimir flexibilidad y velocidad en sus procesos sea todavía más acuciante.

No es pues casualidad que sea en el entorno de emprendedores de base tecnológica en el que han nacido las metodologías más usadas en la actualidad por emprendedores de todos los sectores, entre los que están los emprendedores sociales. Son la metodología ágil y la metodología *Lean*³⁵. La

³⁵ Aunque a veces los términos metodología Ágil y metodología Lean se usan como sinónimos, en realidad se refieren a constructos algo diferentes:

- Metodología Ágil: La metodología ágil, que se aplica con frecuencia en el desarrollo de software, consiste en ir desarrollando el producto de forma incremental, permitiendo que a medida que se avanza en la construcción del mismo módulo a módulo los requisitos vayan evolucionando, permitiendo así ajustes rápidos y flexibles al diseño original que progresivamente mejoran los productos y, en última instancia, reducen el coste (Beck et al.,

combinación de estas dos metodologías con los principios de las metodologías de desarrollo de clientes (Blank, 2013a) en el enfoque *Lean Startup* (Ries, 2011) se ha adaptado con éxito a muchos otros aspectos de la gestión, más allá de la producción del producto. Esta metodología propone el lanzamiento de proyectos de emprendimiento siguiendo un método experimental, podríamos decir que científico, alejado de la fórmula tradicional de la creación de un gran plan de negocio que “raramente sobrevive al primer contacto con los clientes” (Blank, 2013b). El principal objetivo de cada ciclo es el aprendizaje, que se obtiene por el uso riguroso de métricas (Maurya, 2012). El aprendizaje se incorpora al ciclo siguiente decidiendo, sobre la base de lo aprendido, si se debe perseverar en la línea probada en el ciclo anterior o se debe cambiar (lo que Ries (2011) llama pivotar) Entre un ciclo y el siguiente se van haciendo inversiones proporcionales a los resultados obtenidos en el ciclo anterior. Esta metodología, que exige un uso intensivo de nuevas tecnologías, es especialmente beneficiosa para emprendedores sociales, que han de usar sus recursos con la máxima eficiencia e innovar para ofrecer a sus usuarios servicios en entornos especialmente complejos (Zeyen et al., 2013). El foco en los flujos de información como elemento fundamental de los procesos es coherente con la recomendación de la literatura de aplicar principios de *Lean Startup* basados en el aprendizaje continuo sobre la base de métricas y experimentación. El entorno especialmente complicado y cambiante en que operan los emprendedores sociales hace que estas cuestiones que destaca la literatura sobre emprendimiento tecnológico sean relevantes para ellos. De hecho, importantes organizaciones en el apoyo al emprendimiento social como es Acumen Fund usan la metodología *Lean Startup* para impulsar sus proyectos.

En resumen, lo aprendido de la literatura nos indica que los emprendedores sociales pueden aprovechar las nuevas tecnologías en sus procesos y actividades para reducir su dependencia respecto del entorno utilizando bricolaje y/o optimización como estrategias para acumular recursos

2001; Trimi y Berbegal-Mirabent, 2012). Esta metodología subraya algunos de los principios que ya hemos mencionado como es el empoderamiento de los equipos y la comunicación permanente entre los nodos de la cadena de valor, entre los que incluyen a los clientes (Beck et al., 2001; Cockburn, 2006).

- Metodología *Lean*: Esta metodología, similar pero no idéntica que la anterior, establece procesos productivos diseñados en ciclos cortos, en los que se construye un sistema de retroalimentación sobre la base de métricas obtenidas del ciclo anterior (Shah y Ward, 2003; Trimi y Berbegal-Mirabent, 2012).

cruciales como son tecnología, ciencia y conocimiento. La literatura recomienda que aprovechen las nuevas tecnologías para construir cadenas de valor de arquitectura abierta con procesos distribuidos. Aplicar principios de *Lean Startup* basados en el aprendizaje continuo sobre la base de métricas y experimentación les puede ayudar a aprovechar al máximo el potencial de las nuevas tecnologías.

2.4. El entorno: El papel en el emprendimiento social de la presencia de nuevas tecnologías en el entorno

La última de las variables que es necesario analizar para tener una visión holística del emprendimiento es el entorno en el que el emprendedor opera su organización (Gartner, 1985a). Los emprendedores sociales no operan en el vacío sino que dependen en gran parte del entorno que les rodea para poder llevar a cabo con éxito todas las actividades necesarias para explotar la oportunidad que han detectado. Los factores ambientales o del entorno se refieren a elementos existentes en el ecosistema de referencia, que pueden ser de tipo económico, social o institucional, que constituyen el caldo de cultivo del emprendimiento social y escapan al control del emprendedor (Austin, Stevenson, et al., 2006). Es imposible resolver eficazmente problemas sociales complicados sin comprender bien el entorno en que se producen y adaptarse a él (Weerawardena y Mort, 2006). Esa interacción continua y cambiante entre el emprendedor social y el contexto en el que opera es crítica en el emprendimiento social (Mair y Martí, 2006; Zeyen et al., 2013).

Para Gartner (1985a, p. 700) “Aquellas características que se perciben como condiciones relativamente fijas impuestas en la nueva empresa desde fuera de ella” se consideran variables del entorno³⁶. No sólo el emprendedor tecnológico depende de su entorno para evolucionar sino que la propia tecnología emerge en interconexión con un entorno en concreto, que condiciona que su desarrollo se produzca en una dirección o en otra (Bijker y Law, 1992; Garud y Rappa, 1994).

³⁶ Bruno and Tyebjee (1982) hicieron una exhaustiva revisión de la literatura sobre el tema de donde clasifican 12 tipos de variables del entorno que afectan al emprendedor: Disponibilidad de capital riesgo, presencia de emprendedores con experiencia, fuerza laboral con cualificación técnica, acceso a proveedores, acceso a clientes o nuevos mercados, influencia del gobierno, proximidad a universidades, acceso a espacio o instalaciones, acceso a transporte, actitud de la población local, disponibilidad de servicios de soporte, condiciones de vida.

2.4.1. El *cluster* como entorno privilegiado del emprendedor tecnológico

Una ventaja competitiva fundamental para los emprendedores es la capacidad de gestionar la tecnología en un entorno de interrelación con otros emprendedores con los que colaboran a la vez que, en ocasiones, compiten (Best, 2001; Gilbert, McDougall y Audretsch, 2008). *Silicon Valley*, en California, es un gran ejemplo de un ecosistema de este tipo, que conforma un *cluster* dinámico. Un *cluster* es una concentración geográfica de empresas interconectadas en un campo concreto (Byers et al., 2011). Los *clusters* incluyen a los propios emprendedores pero también a otros actores como son proveedores, asociaciones industriales, universidades, instituciones financieras, etc, que estén involucradas en ese mismo campo. Concretamente, Schramm (2004) destaca cuatro actores que juegan un papel crucial en el sistema de emprendimiento estadounidense: Emprendedores de alto impacto, grandes empresas ya maduras, universidades y el gobierno.

Establecerse en un *cluster* hace que el emprendedor deba afrontar mayor competencia desde el principio, pero esa misma competencia es la que ayuda al emprendedor a ser a su vez un competidor más potente (Gilbert et al., 2008). Además, los emprendedores que se establecen en un *cluster* incorporan a sus propios procesos el conocimiento tecnológico que reciben del contacto con otros emprendedores y actores del entorno más frecuentemente que aquellos emprendedores establecidos fuera de un *cluster* (Gilbert et al., 2008).

Uno de los elementos importantes que forma parte de cualquier *cluster* es el acceso al mercado. Eso permite al emprendedor tecnológico estar cerca físicamente de sus clientes/usuarios y aprovechar esta relación para mejorar sus posibilidades de éxito. Existe una parte de la literatura sobre tecnología, la ya mencionada SCOT, que se centra en el papel de los propios usuarios de la tecnología en su gestación, adaptación y evolución y que compara con la visión determinista de la literatura en que la tecnología es un agente externo, que llega dado a los clientes (R. Kline y Pinch, 1996)³⁷. Entre los usuarios que tienen capacidad para ayudar al emprendedor a evolucionar tecnológicamente en la dirección adecuada, un grupo de usuarios destaca. Son los conocidos en inglés como *lead users* (usuarios líderes) los *lead users* se caracterizan

³⁷ Así, por ejemplo, los ciudadanos americanos de las zonas rurales de EE.UU. inicialmente mostraron un gran rechazo al uso del coche como medio de transporte hasta que, finalmente, Ford lanzó el Modelo T específicamente pensado para las zonas rurales (R. Kline y Pinch, 1996). Sin esa reacción de los clientes al artefacto, quizá el desarrollo de este hubiera tomado un camino diferente.

principalmente porque experimentan en la actualidad necesidades que serán generalizadas en los próximos meses o años y están en una situación en la que se beneficiarían mucho de encontrar una solución a esas necesidades (Von Hippel, 1986).

También la disponibilidad de los recursos necesarios para emprender es importante para que un lugar concreto suponga una buena localización para un emprendedor. El surgimiento de un proyecto emprendedor puede explicarse en función de la accesibilidad a recursos en el entorno y la capacidad del emprendedor para movilizarlos (Baumol, 2010). Desa y Basu van un paso más allá para afirmar “que para los emprendimientos que operan en interés público, los retos impuestos por la limitación de acceso a recursos están aún más exacerbados” (Desa y Basu, 2013, p. 26). Los emprendedores deben procurar situarse en lugares donde tengan acceso a tres factores importantes de producción mencionados en la sección tres de este capítulo: tecnología, ciencia y conocimiento. Como ya se ha expuesto en secciones anteriores, la atracción de talento tiene un papel fundamental en la adquisición de tecnología, ciencia o conocimiento (Byers et al., 2011). Ninguno de los tres recursos que hemos destacado puede ponerse en uso sin contar con el talento necesario en el equipo. Uno de los factores críticos a la hora de adquirir el talento necesario para usar tecnología, ciencia y conocimiento así como para adquirir la tecnología en sí misma es la localización elegida por el emprendedor (Porter, 2001). Los emprendedores que localizan sus organizaciones cerca de universidades tienen más posibilidades de acceder a recursos humanos que traigan consigo conocimiento actualizado y tecnología que no es aún ampliamente conocida (Audretsch, Lehmann y Warning, 2005).

En resumen, la mayor munificencia de recursos en el entorno de un emprendedor, como es el caso de un *cluster*, aumenta sus posibilidades de acceso a los mismos. Siguiendo la teoría de la dependencia de recursos, esto suele implicar una menor concentración de los recursos en pocos actores, al menos dentro de ese entorno en concreto. Por ende, reduce la dependencia del emprendedor respecto de su entorno y así mejora sus posibilidades de alcanzar sus objetivos. Los emprendedores sociales enfrentan la dicotomía entre estar cerca de sus usuarios, normalmente en entornos deprimidos, o estar en entornos nutritivos en otros recursos como sería un *cluster*. Sin embargo, el esfuerzo que realiza la Unión Europea por descentralizar el desarrollo social y económico, podría estar permitiendo que los emprendedores sociales se sitúen cerca de sus usuarios sin que eso signifique que no tengan acceso sencillo a otros entornos más nutritivos o viceversa.

2.4.2. El emprendedor tecnológico en su relación con el entorno

Para que en un entorno en concreto emerjan emprendedores tecnológicos, ese entorno debe cumplir una serie de condiciones necesarias, pero no suficientes, y otra serie de condiciones suficientes, todas ellas intangibles (Venkataraman, 2004). Las condiciones necesarias son estructuras legales adecuadas, mercados de capitales transparentes, telecomunicaciones avanzadas y sistemas de transporte avanzados. Las condiciones suficientes son acceso a nuevas ideas, modelos de rol, foros informales, oportunidades específicas a la región, redes de seguridad, acceso a grandes mercados y liderazgo ejecutivo.

Muchas de estas condiciones en una región concreta emergen lentamente, generación tras generación, por la influencia de los propios emprendedores tecnológicos, que afectan de modo significativo el patrón cultural a su alrededor (Venkataraman, 2004). Como vemos, las empresas de reciente creación se ven afectadas por el entorno, pero también tienen efectos importantes sobre él. Por ejemplo, la presencia de conocimiento en un entorno aumenta la probabilidad de que en él emerjan emprendedores, y estos emprendedores a su vez generan más conocimiento en el entorno (Acs, Audretsch y Lehmann, 2013). Otros dos efectos importantes de las empresas de reciente creación sobre la economía son ejercer como fuente de innovación y suavizar los ciclos empresariales y económicos (Schramm, 2004).

La capacidad de interrelacionarse con este entorno, impulsada por el uso de nuevas tecnologías, condiciona en gran parte las posibilidades de éxito de un emprendedor (Lawrence, Morse y Fowler, 2012; Sachs, Post y Preston, 2002). El uso de los recursos ya presentes en el entorno, los que están a mano del emprendedor, es lo que ya hemos descrito como bricolaje y, en el caso de los emprendedores, suele realizarse a través de sus redes de contactos preexistentes (Baker, Miner y Eesley, 2003). Pero, “además de las conexiones tradicionales, como lo son aquellas facilitadas por las relaciones sociales, las empresas tienen ahora una nueva opción: relaciones virtuales, que se inician y mantienen a través de tecnologías electrónicas como internet. Hoy las organizaciones necesitan saber como mejor utilizar esas conexiones” (Lawrence et al., 2012)³⁸.

³⁸ Las dos cualidades fundamentales de las relaciones virtuales son: 1) Son rápidas, eficientes, baratas y suelen establecerse con un objetivo único y 2) La segunda característica importante es su alcance, que no está limitado geográficamente.

Quizá uno de los trabajos más ilustrativos de la importancia de las variables relacionadas con el entorno sea el de Porter (2008). En su libro “Estrategia Competitiva” el autor explica cuáles son los cinco elementos estratégicos que toda empresa debe de tener en cuenta, que son en general elementos preexistentes al emprendedor y por tanto elementos del entorno. En 2001, publicó el artículo “Estrategia e Internet” en que explica cómo cada uno de estos cinco elementos se ve afectado por la prevalente presencia de internet (Porter, 2001). Para Porter (2001, p. 66) “La gran paradoja de internet es que sus ventajas – hacer la información ampliamente disponible, reducir las dificultades en la compra de recursos, marketing y distribución, permitir a compradores y vendedores hacer negocios unos con otros- también hacen más difícil capturar en forma de beneficios esas mismas ventajas.” Sin embargo, en la medida que la generación de beneficios no es la única prioridad para los emprendedores sociales, internet puede tener para ellos más ventajas que inconvenientes.

En resumen, la literatura sobre emprendimiento y tecnología nos indica que un emprendedor que quiera aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías debe intentar establecerse en un *cluster* que le facilite el acceso a recursos críticos como son el conocimiento, el talento y la tecnología. Así mismo, otro de los elementos fundamentales que ha de tener un entorno nutritivo para un emprendedor es la cercanía a sus clientes. Los dos puntos anteriores ponen al emprendedor social en una posición paradójica ya que sus clientes suelen ubicarse en entornos deprimidos, carentes de los actores que tradicionalmente conforman un *cluster* (corporaciones, universidad, emprendedores con experiencia,...). Sin embargo en la Unión Europea este reto podría ser menor gracias al pequeño tamaño de cada país y la distribución de infraestructura país por país que forma parte de los esfuerzos de cohesión de las políticas de la Unión Europea. Es decir, todos los emprendedores sociales de la Unión Europea están no muy lejos de entornos en los que hay universidades, infraestructuras y conocimiento. De cara a poder aprovechar los recursos presentes en el entorno a través del bricolaje, los emprendedores usan sus redes de contactos preexistentes, para lo que las conexiones virtuales ofrecen una gran oportunidad. Sin embargo, la prevalencia de internet en el entorno plantea algunos retos y también ventajas a los emprendedores que deben de tener en cuenta a la hora de plantear sus estrategias. A la luz de la teoría de la dependencia de recursos, cumplir estas recomendaciones de la literatura en cuanto a la relación con el entorno ayuda a potenciar la discreción sobre el uso de nuevas tecnologías como recurso y reduce el riesgo de concentración en poco agentes. Por tanto, reduce la dependencia del

emprendedor respecto del entorno, mejorando sus posibilidades de alcanzar sus objetivos.

Como conclusión de la aproximación teórica desarrollada en este capítulo, confirmamos que la literatura existente apoya la hipótesis de que el uso de nuevas tecnologías se asocia con una mayor capacidad de las empresas sociales de la Unión Europea para alcanzar sus objetivos en cuanto a su misión social, innovación y generación de ingresos de mercado. Para cada uno de los elementos de Gartner existen referentes de la literatura que indican el potencial de las nuevas tecnologías para reducir la dependencia de las empresas sociales respecto de su entorno. Se sigue, por tanto, la necesidad de contrastar empíricamente la hipótesis planteada, que sí tiene respaldo teórico.

Segunda parte: Contextualización

Capítulo 3 | Evolución histórica del emprendimiento social en Europa hasta principios del siglo XXI

El emprendimiento social es un fenómeno creciente a nivel mundial (Hoogendoorn, 2010; Nicholls, 2006; Zahra et al., 2008). A la par que ha ido ganando relevancia, el concepto de emprendimiento social ha ido evolucionando. Si bien hay centros de investigación en Europa Central y del Este, Asia, Oceanía y América Latina (Defourny y Nyssens, 2012), el debate sobre el emprendimiento social ha estado focalizado de forma preponderante en Europa Occidental y EEUU (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010, 2012; Galera y Borzaga, 2009; Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006). En Europa, inicialmente la noción de emprendimiento social se desarrolló de forma independiente de otras regiones geográficas, muy vinculada al tercer sector y con foco en la creación de empleo. Sin embargo a comienzos del siglo XXI el concepto de emprendimiento social europeo comenzó a recibir importantes influencias de EEUU. El concepto evolucionó hacia una noción más centrada en la generación de ingresos por vía de mercado y en sectores de actuación amplios, no exclusivamente enfocados a la generación de empleo ni centrados en el tercer sector (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010; Kerlin, 2006; Nyssens, 2007). Por esto motivo, no es posible comprender el concepto de emprendimiento social en Europa entre los años 2000 y 2015 sin entender también la evolución del término en EEUU.

La diferente evolución que el emprendimiento social ha tenido de un lado y otro del Atlántico puede explicarse en parte por las diferencias en cuanto a la materialización del capitalismo en cada región y su noción sobre el papel del gobierno en la sociedad (Bacq y Janssen, 2011). Las distintas tradiciones históricas explican el hecho de que el emprendimiento social en EEUU ponga gran énfasis en la generación de ingresos mientras que en Europa la generación de ingresos comparte importancia con el trabajo y participación en la empresa social de los beneficiarios de los proyectos (Kerlin, 2006). Sin embargo, en ambas regiones el emprendimiento social surgió derivado del tercer sector y debido al cambio en la relación entre este y el gobierno, bien por haber menos recursos públicos disponibles o por variaciones en las estructuras a través de las que dichos fondos se distribuían (Defourny y Nyssens, 2010).

3.1. El emprendimiento social hasta el final del siglo XX

La primera parte del siglo XXI puede considerarse sin lugar a dudas como la etapa de aceleración en la aceptación del concepto de emprendimiento social. Sin embargo, ya durante el final del siglo XX se fue poco a poco acuñando el término, referente a un fenómeno que empezó a existir mucho antes. No se puede comprender la realidad del emprendimiento social en esta primera etapa

del siglo XXI sin saber sus antecedentes históricos, fuertemente enraizados en el siglo XX. Por eso, dedicaremos la primera parte de este capítulo a describir el origen del emprendimiento social, desde antes incluso de que se acuñara el término, exponer ejemplos de las primeras empresas sociales mencionadas en la literatura y ofrecer un recorrido por la evolución del concepto y su práctica en las distintas escuelas de pensamiento en el siglo XX.

3.1.1. Origen del concepto de emprendimiento social

Si bien el estudio del emprendimiento social como disciplina académica es relativamente reciente, su práctica ha existido desde siempre a lo largo y ancho del planeta (Dearlove, 2004; Roberts y Woods, 2005). Los emprendedores sociales primeros que se conocen no se identificaban con esa etiqueta ya que término ni siquiera estaba acuñado pero sus prácticas y actividades respondían sin ningún lugar a dudas a la misma realidad. Muchos de ellos tenían fuertes raíces en movimientos religiosos. Uno de los ejemplos más antiguos de emprendimiento social que suele citarse se remonta al siglo XIX en Gran Bretaña. Es el de Florence Nightingale (Bacq y Janssen, 2011; Bornstein, 2007; Hoogendoorn, 2010). Esta enfermera victoriana empezó su trayectoria sirviendo a los soldados británicos en el hospital militar de Estambul durante la guerra de Crimea. Asumió el control del hospital donde, aplicando las habilidades como gestora que había aprendido en trabajos anteriores, logró reducir la tasa de mortalidad del hospital del 43% al 2% (Bornstein, 2007). Movida por fuertes creencias religiosas, Nightingale perseguía una misión social en las organizaciones que dirigía, si bien aplicaba mecanismos innovadores, procedentes del sector privado. Otro ejemplo de emprendimiento social europeo anterior a que se acuñara el término es el del sacerdote José María Arizmendi que fundó Mondragón Corporación Cooperativa en España, en 1956, con el fin de luchar contra el desempleo en la región. El cooperativismo le permitió generar ingresos de mercado y repercutirlos en la generación de riqueza para los cooperativistas, personas desempleadas de Mondragón. El movimiento cooperativista está, como veremos, en el origen del emprendimiento social en Europa. Hay ejemplos similares en EEUU y América Latina que prueban la práctica del emprendimiento social a nivel global desde mucho antes de que se acuñara el término³⁹.

³⁹ A finales del siglo XIX, en Boston, el reverendo Edgar J. Helms fundaba el primer mercadillo solidario. Recolectaba objetos de segunda mano y empleaba a inmigrantes atrapados en la pobreza para repararlos. Las ventas de los objetos renovados se destinaban a pagar los sueldos de los trabajadores. En este ejemplo situado en EEUU, el reverendo Edgar J. Helms ya no sólo aplica metodologías propias de actividades de mercado en la gestión del proyecto

Sin embargo todos estos ejemplos eran casos aislados. No fue hasta 1980 que se empezó a generar un cambio sistémico de fondo en el ámbito de la acción social, generándose una *arquitectura emprendedora* (Drayton, 2006, p. 5). Es en esta época cuando podemos situar el origen del emprendimiento social tal y como se concibe en la actualidad. El primer académico en escribir sobre el emprendimiento social fue Young en 1983, en su libro “Si es sin ánimo de lucro, ¿para qué es?” (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010). En él, hacía un análisis de las organizaciones sin ánimo de lucro a la luz de la teoría del emprendimiento inspirada por Schumpeter (1934). Young hablaba de “emprendimiento sin ánimo de lucro”. En el prólogo de la reedición de su libro en 2013 el propio Young explica cómo conecta su análisis con el concepto que se acuñaría pocos años después: Emprendimiento social.

En primer lugar, me centré en hablar del emprendimiento como un concepto genérico, no acotado al mundo de los negocios. [...] Mi intención no era identificar un nuevo tipo de emprendedor sino indicar que el emprendimiento era igual de importante para las organizaciones sin ánimo de lucro como para aquellas con ánimo de lucro. Pero sí, también estaba diciendo que existe el emprendedor sin ánimo de lucro. No usé el término emprendedor social, pero sospecho que, si hubiera escrito aquel libro en el entorno actual, hubiera considerado usar ese término porque ahora tenemos muchos más caminos para que los emprendedores con inquietudes sociales desarrollen su trabajo - no sólo a través de organizaciones sin ánimo de lucro sino también a través de numerosas variantes de empresas sociales e híbridas, cooperativas y demás. (D. R. Young, 2013, p. xi)

Otro artículo precoz sobre el emprendimiento social es el de Waddock y Post de 1991. En “Emprendedores sociales y cambio catalítico” estos autores describen los casos de dos emprendedores sociales y proponen ideas sobre los factores que contribuyen a su trabajo (Waddock y Post, 1991). Sin embargo no es hasta finales de los noventa que el término emprendimiento social empieza a usarse de forma más recurrente en el ámbito académico, convirtiéndose en un área de estudio cada vez más relevante. Como ya hemos comentado, el debate sobre el emprendimiento social ha estado focalizado de

social sino que busca usar ingresos generados a través del propio mercado para lograr un fin social. También en América Latina encontramos ejemplos de emprendimiento social muy anteriores a que se acuñara el término. Un ejemplo es la Fundación Social en Colombia (Fowler, 2000), fundada en 1911 por el jesuita español José María Campoamor. Desde su fundación esta organización utiliza la actividad empresarial tanto para generar impacto social a través de las propias empresas como para generar ingresos que luego destinan a actividades sociales.

forma preponderante en Europa Occidental y EEUU, donde se han desarrollado distintas escuelas de pensamiento con líneas de análisis diferentes (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010, 2012; Galera y Borzaga, 2009; Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006)

En Europa, durante las décadas de los años 70 y 80, el elevado desempleo aumentó la necesidad de apoyo social en gran parte de la población europea al mismo tiempo que los déficits presupuestarios a que se enfrentaban muchos países derivaron en la reducción de las partidas disponibles para política social (Defourny y Nyssens, 2010; Kerlin, 2006). Las políticas públicas contra el desempleo no estaban dando resultado y la legitimidad de los gobiernos en cuanto a su capacidad para mejorar la situación estaba en entredicho (Bacchiaga y Borzaga, 2001). Esto llevó a la necesidad de desarrollar nuevas formas de asistencia social y replantearse el papel que el tercer sector podía jugar en ellas (Hoogendoorn, 2010). Las empresas sociales en Europa buscaban compensar las deficiencias de las políticas públicas, centrándose en las áreas en las que se consideraba que los gobiernos estaban fracasando, principalmente la generación de empleo e inclusión laboral de personas vulnerables (Kerlin, 2006).

Defourny y Nyssens (2010) describen tres tipos de soluciones que se adoptaron en Europa, en coherencia con la tradición de las zonas en que se desarrollaron. En los tres casos se trata de actividades con una clara misión social, llevadas a cabo a través de estrategias de sector privado, pero no necesariamente con financiación exclusivamente obtenida por mecanismos de mercado. En primer lugar, países como Bélgica, Francia, Alemania e Irlanda desarrollaron el mercado laboral secundario. Estos países se caracterizaban por la presencia de grandes ONG financiadas en gran parte por el gobierno que actuaban como organismos intermedios para la provisión de servicios sociales. Enfrentadas a la crisis económica y al elevado desempleo, estas organizaciones participaron junto con organismos públicos en la creación de un mercado laboral secundario. El objetivo era la creación de puestos de trabajo en actividades sociales que pudieran a la vez aliviar el desempleo y ayudar a reducir el gasto público en política social. En estos países la ley permitía a las asociaciones, forma jurídica de muchas ONG, la compra-venta de productos y servicios en el mercado (Galera y Borzaga, 2009).

La segunda solución europea descrita por Defourny y Nyssens (2010) es el movimiento cooperativista. Varios países europeos venían de una larga tradición cooperativista, sobre todo en el sector agrario. Las cooperativas se iniciaron como la estructura preferida por agricultores y ganaderos para agregar

y vender sus productos. Era por tanto una figura directamente vinculada con el sector privado. Pensada para hacer negocios. Los países donde el movimiento cooperativista ha tenido más éxito son aquellos países donde instituciones como el gobierno (en el caso de los países nórdicos) u otras instituciones como las familias o la Iglesia Católica (en el caso de países del sur) se habían encargado tradicionalmente de ofrecer asistencia social a fondo perdido. En estos países la ley limita mucho las actividades comerciales de las asociaciones (Galera y Borzaga, 2009) de modo que las soluciones de mercado laboral secundario no eran posibles legalmente. Concretamente en Italia, se empezaron a crear cooperativas que tenían como fin la integración en el mercado laboral de grupos excluidos. Estas cooperativas recibieron el nombre de cooperativas sociales.

Por último, Defourny y Nyssens (2010) describen como tercera solución europea en esta época el cuasi-mercado, desarrollado en Reino Unido. En los años 70 y 80 en Reino Unido se sustituyó el modelo de asistencia social apoyado por el sector público que se había desarrollado durante la primera y segunda guerra mundial por un sistema de cuasi-mercado. En este sistema, el gobierno se responsabiliza de financiar la asistencia social pero no necesariamente de su provisión. La provisión de la asistencia social en un contexto de cuasi-mercado se ejecuta tanto a través de organismos públicos como por ONG y empresas privadas. Es un modelo que fomenta la competencia entre ellas y se estructura a través de contratos privados y no de subvenciones.

En paralelo a la estructuración de las actividades de emprendimiento social, en Europa se desarrolla un interés académico por el tema así como iniciales apoyos institucionales. En cuanto al interés académico en el emprendimiento social, en Europa en esta época son los académicos en ciencias sociales tales como sociología, ciencias económicas o ciencias políticas quienes se interesan en la materia. Esto contrasta con la tradición en EEUU, donde la investigación en esta área surge originalmente en escuelas de negocios (Hoogendoorn, 2010) ya que se consideró desde los inicios como un sub conjunto del área académica del emprendimiento, dentro de las áreas de gestión empresarial. Así pues, en EEUU, fueron las escuelas de negocio quienes lideraron el debate académico y conceptual, aunque también atrajo atención de académicos en ciencias sociales (Defourny y Nyssens, 2012; Hoogendoorn, 2010). El apoyo institucional al emprendimiento social en Europa también tiene sus orígenes en los años 80. En Irlanda, en 1983, se creó el Programa nacional de empresas comunitarias (*Community Enterprise Programme*), que ofrecía financiación, formación y apoyo a empresas creadas

por comunidades de ciudadanos con el fin de tener un impacto social positivo, generalmente creación de empleo para personas vulnerables (O'Hara, 2001).

Durante estas mismas dos décadas, los años 70 y 80, en EEUU el emprendimiento social tiene un desarrollo conceptual diferente que acabará afectando al concepto europeo más adelante. En EEUU la asistencia social se desarrollaba tradicionalmente a través de organizaciones de voluntarios y de caridad asociadas muchas veces a movimientos religiosos. Era común ver a grupos religiosos y organizaciones comunitarias completando los ingresos que necesitaban gracias a la venta de artículos artesanales o de segunda mano en mercadillos vecinales. Sin embargo estas organizaciones estaban fundamentalmente financiadas por donantes privados y por el gobierno. La expansión de las empresas sociales y la popularización del término en EEUU se produjo a partir de los años 70, cuando los recortes en el gasto público obligaron a las organizaciones sin ánimo de lucro a buscar fuentes alternativas de ingresos (Galera y Borzaga, 2009; Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006). Durante los años 80 casi el 40% del aumento en los ingresos de las organizaciones sociales procedió de actividades comerciales (Salamon, 1993).

Además, el gobierno comenzó a prestar más atención a criterios de eficiencia y capacidad organizativa a la hora de externalizar la provisión de servicios sociales. Así se abrió la puerta a que empresas privadas lograran contratos para proveer estos servicios. Como consecuencia, el entorno competitivo en el que trabajaban las organizaciones sociales cambió (Ryan, 2002). Se vieron forzadas a adaptarse, aplicando métodos de gestión aprendidos del sector privado y esforzándose por innovar. En general, la noción de emprendimiento social en EEUU ha estado mucho más vinculada a la generación de ingresos de mercado que en el caso de Europa. A diferencia del enfoque europeo, la empresa social en EEUU no se relaciona con ninguna forma jurídica concreta y evoluciona al margen del gobierno (Nyssens, 2007).

En este contexto surgieron en EEUU dos corrientes de pensamiento respecto al emprendimiento social, que en esta época son aún difusas⁴⁰ (Dees y Anderson, 2006). Por una parte, se desarrolló la escuela de pensamiento “generación de ingresos”. Según esta escuela, las empresas sociales son organizaciones sin ánimo de lucro que utilizan actividades comerciales para

⁴⁰ La división entre ambas escuelas fue establecida por Dees y Anderson y ha sido desde entonces ampliamente reconocida y aceptada en el ámbito académico (Bacq y Janssen, 2011; Dees y Anderson, 2006; Hoogendoorn, 2009)

financiar sus actividades sociales (Kerlin, 2006)⁴¹. Por otra parte, de gestó la escuela de pensamiento “innovación social”, que no se centra tanto en las empresas sociales, a nivel de organización, sino en los emprendedores individuales que pretenden transformar la sociedad generando innovación social.⁴²

3.1.2. Desarrollo del emprendimiento social a finales del siglo XX

El concepto empresa social apareció por primera vez en Europa en 1990, en Italia. Lo introdujo un periódico llamado “Impresa Sociale” (Defourny y Nyssens, 2012). Si bien todas las estructuras anteriormente mencionadas estaban germinando durante los años 80 y principios de los 90 no fue hasta mediados de los años 90 cuando empezó a crecer un verdadero interés tanto gubernamental como académico en promover y comprender las empresas sociales (Kerlin, 2006). En esta época se consolidan las particularidades del emprendimiento social europeo. En palabras de Galera y Borzaga:

Una característica específica de la tradición del emprendimiento social europeo es la constitución de estructuras institucionales específicamente diseñadas para alcanzar un objetivo social de una forma estable y continuada a través de la producción de bienes y servicios de interés general (Galera y Borzaga, 2009, p. 213)

En esta línea de generar estructuras institucionales específicas, a mediados de los años 90 varios países europeos aprobaron leyes que daban marco legal a nuevas formas jurídicas especiales para las empresas sociales (si bien el término empresa social no siempre se usaba). Hay dos estrategias mayoritarias que siguieron los gobiernos europeos a la hora de legislar sobre

⁴¹ En estas organizaciones la actividad comercial se desarrolla normalmente en paralelo a la actividad social y tiene como fin diversificar las fuentes de financiación de la organización. El foco fundamental de esta corriente está puesto en la generación de ingresos por vía de mercado para avanzar en una misión social (Defourny y Nyssens, 2012). Uno de los líderes de esta corriente de pensamiento fue Edward Skloot, fundador de *New Business Ventures for Nonprofit Organisations*. Su empresa fue la primera consultora especializada en asesorar a organizaciones sin ánimo de lucro sobre las oportunidades de generación de ingresos por vía de mercado (Hoogendoorn, 2009)

⁴² Esta corriente fue principalmente impulsada por Bill Drayton y la organización que fundó en 1980, Ashoka (Defourny y Nyssens, 2010; Hoogendoorn, 2009) “Ashoka es la mayor red internacional de Emprendedores Sociales Innovadores. Una organización global, independiente y sin ánimo de lucro que lidera la apuesta por la innovación y el emprendimiento social, construyendo una sociedad de ciudadanos que sean actores de cambios (Changemakers). Ashoka apoya el trabajo de más de 3.000 emprendedores sociales en 84 países.” <http://spain.ashoka.org/ashoka-espana>

las empresas sociales (Defourny y Nyssens, 2012). Por una parte, los países de tradición cooperativista desarrollaron nuevas formas de cooperativa con leyes que reconocían la diferencia entre las nuevas cooperativas que habían surgido recientemente cuyo fin era social y las cooperativas tradicionales, que buscaban el enriquecimiento de sus miembros (Levi, 1999). Por otra parte, otros países optaron por categorías/etiquetas más amplias, dotándose de marcos legales más generales que establecen categorías a las que pueden acogerse organizaciones constituidas bajo diversas formas jurídicas siempre que cumplan los requisitos establecidos por la ley (Defourny, 2004).

Durante los años 90 la primera estrategia fue la que tuvo más desarrollo. Sin embargo la evolución del concepto de empresa social en Europa llevó a que cada vez más países empezaran a optar por la segunda desde finales de los 90 y, sobre todo, en el siglo XXI como veremos más adelante⁴³. Pero todas estas figuras trataban de regular fundamentalmente el tipo de empresa social que en Europa había cuajado con mayor intensidad en aquel entonces, las empresas sociales de integración laboral (WISE por sus siglas en inglés). Dado que las primeras iniciativas de emprendimiento social en Europa surgieron en un contexto de elevado desempleo en la región, la preocupación fundamental de los reguladores era amparar estas nuevas iniciativas que prevenían y reducían la exclusión social y laboral de grupos desfavorecidos a través de actividades productivas (Nyssens, 2007). Dichas iniciativas tenían un claro atractivo para gobernantes ávidos por reducir las listas de parados pero sin capacidad (o voluntad) para aumentar las partidas presupuestarias dedicadas a ello.

⁴³ En Italia, en 1991, un año después de la publicación del periódico "Impresa Sociale" el parlamento italiano aprobó la ley Ley número 381 para las "cooperativas sociales" (Borzaga y Ianes, 2006). Bélgica por su parte desarrolló y aprobó en 1996 el marco legal de la Empresa con fin social. La Empresa con fin social, tal y como se concibe en Bélgica, no es una nueva forma jurídica, sino más bien una etiqueta a la que pueden acogerse organizaciones registradas bajo diversas formas jurídicas con la única condición de que no tengan como fin el enriquecimiento de sus miembros (Galera y Borzaga, 2009). Portugal, en 1997, aprobó la figura de las Cooperativas de solidaridad social, que tienen como fin la integración de grupos en riesgo de exclusión. En la misma línea, España en 1999 definió las Cooperativas de iniciativa social como cualquier cooperativa "que, sin ánimo de lucro [...] tienen por objeto social, bien la prestación de servicios asistenciales mediante la realización de actividades sanitarias, educativas, culturales u otras de naturaleza social, o bien el desarrollo de cualquier actividad económica que tenga por finalidad la integración laboral de personas que sufran cualquier clase de exclusión social y, en general, la satisfacción de necesidades sociales no atendidas por el mercado." (B.O.E., 1999). También en 1999, Grecia aprobaba la figura de la cooperativa social con responsabilidad limitada, que fomentan la empleabilidad de personas con discapacidad.

El interés gubernamental en el emprendimiento social discurrió en esos años en paralelo con un creciente interés académico por comprender el fenómeno. En 1996, la Unión Europea decidió apoyar y promover la investigación sobre el emprendimiento social y creó la *Social Enterprise in Europe* (EMES) *Research Network* (Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006). Según Thomas (2004), la Unión Europea vio en las empresas sociales un modelo que da respuesta a retos como el desempleo, la pobreza y la desigualdad de una forma más ágil y flexible que las ONG tradicionales. La iniciativa EMES *European Research Network*⁴⁴ es un esfuerzo conjunto de una red de académicos e investigadores de varios países europeos con un programa de investigación financiado por la Comisión Europea y centrado en el emprendimiento social. Según Defourny y Nyssens, miembros de EMES:

En Europa, la Red europea de investigación EMES desarrolló los primeros hitos teóricos y empíricos del análisis de la empresa social (Borzaga y Defourny, 2001). El enfoque EMES deriva de un extenso diálogo entre varias disciplinas (economía, sociología, ciencias políticas y gestión), así como entre las diferentes tradiciones y sensibilidades nacionales presentes en la Unión Europea. Por otra parte, guiado por un proyecto que era al mismo tiempo teórico y empírico, prefirió desde el principio la identificación y clarificación de los indicadores por encima de una definición concisa y elegante. (Defourny y Nyssens, 2012, p. 13)

Como primer proyecto, los investigadores de EMES se dispusieron a identificar los criterios que cumplían las organizaciones que podían llamarse empresas sociales en cada uno de los estados miembros. El objetivo no era cerrar una definición estricta de lo que es una empresa social, sino describir qué cualidades solían tener en común aquellas organizaciones a las que la gente se refería como empresas sociales a lo largo y ancho de la UE⁴⁵.

⁴⁴ EMES es el acrónimo del título francés del primer gran proyecto de investigación lanzado por la red: "*Emergence des Entreprises Sociales en Europe*". Este proyecto se llevó a cabo entre 1996 y el año 2000. Más adelante el grupo de trabajo se convirtió en una asociación científica y mantuvo el mismo nombre.

⁴⁵ Los académicos de EMES desarrollaron una lista de indicadores que tratan de describir todas las distintas realidades del emprendimiento social en Europa. No definen empresa social como aquella organización que los cumple todos sino, al contrario, definen los indicadores de manera que estos engloben a organizaciones diversas que pueden cumplir unos u otros. Estos indicadores son: De acuerdo con las dimensiones económicas y empresariales de las empresas sociales: a) Una actividad continua que produce bienes y/o vende servicios, b) Un nivel significativo de riesgo económico, c) Una mínima cantidad de trabajo remunerado; De acuerdo con las dimensiones sociales de las empresas sociales: d) Un objetivo explícito para

El esfuerzo de EMES consolida las nociones de emprendimiento social en casi toda la Unión Europea, avanzando hacia un concepto más amplio, no necesariamente basado en las cooperativas. Sin embargo el Reino Unido continúa con un enfoque diferenciado dentro del conjunto de la Unión Europea. Como consolidación del modelo de cuasi-mercado comenzado en los 70 y 80, el partido laborista promovió muy activamente a finales de los 90 las colaboraciones público privadas entre organizaciones de la sociedad civil, el gobierno y las empresas (Hoogendoorn, 2010). Durante estos años no establece un marco jurídico, pero sí dota de apoyo institucional al sector con la creación de la Coalición de empresas sociales a finales de los 90 y la creación de la Unidad de exclusión social, que ya utiliza el término “empresa social” para referirse a organizaciones sin ánimo de lucro y también empresas creadas por comunidades locales con el fin de promover la inclusión de personas vulnerables (Somerville, 2012).

La investigación sobre emprendimiento social en Europa en esta época continúa liderada fundamentalmente por departamentos de ciencias sociales, que se centran en el análisis de organizaciones sin ánimo de lucro, del tercer sector, tales como cooperativas o fundaciones. Sin embargo ya empieza a notarse alguna influencia de EEUU en el hecho de que algunas escuelas de negocios comienzan a investigar esta materia en los 90, si bien aún no es algo generalizado (Kerlin, 2006).

El apoyo institucional al fenómeno del emprendimiento social continúa creciendo en esta época. En 1999 la OCDE se une al debate en torno a esta nueva realidad y su promoción:

Las empresas sociales se colocan en la frontera entre el sector público y el sector privado y abren nuevos caminos en la asignación y administración de los recursos económicos. En el "tercer sistema" -como lo denomina la Comisión Europea- las empresas tienen una orientación empresarial y recurren al contexto local para reforzar su desempeño económico y social. Dado que su surgimiento ha provocado entusiasmo y controversia por igual, [...] la OCDE pretende contribuir a promover un debate racional al respecto, describiendo las

beneficiar a la comunidad, e) Una iniciativa lanzada por un grupo de ciudadanos u organizaciones de la sociedad civil, f) Una distribución de beneficios limitada; De acuerdo con el gobierno participativo de las empresas sociales: g) Un alto grado de autonomía, h) Una facultad de decisión no basada en la propiedad de capital, i) Una naturaleza participativa, que involucra a diferentes partes afectadas por la actividad (Defourny y Nyssens, 2012)

empresas existentes, analizando las experiencias más destacadas y avanzando en posibles desarrollos futuros. (OCDE, 1999)

Esta aproximación de la OCDE al emprendimiento social denota por un lado el interés ya institucionalizado a nivel global en el tema y por otro la preponderancia que ya va ganando el concepto de emprendimiento social tal y como se había ido desarrollando en EEUU versus el concepto desarrollado en Europa. La OCDE habla de las empresas sociales como una realidad entre el sector público y el privado, se refiere a ellas como una nueva forma de asignación de recursos económicos y subraya su orientación empresarial, haciendo referencia a su conexión con las prácticas de mercado. Además, no menciona la generación de empleo como objetivo preeminente de las empresas sociales sino de deja abierto cual podría ser el desempeño social que buscan. Esta aproximación es más coherente con el concepto de empresa social que se maneja en EEUU en los años 90 donde, en paralelo al desarrollo europeo descrito anteriormente, se produce una clara consolidación de la visión comercial y de la búsqueda de la innovación.

Mientras Europa se centraba en las empresas sociales de integración laboral y en desarrollar marcos jurídicos en que enmarcarlas, durante los años 90 la tendencia de las ONG a incorporar fórmulas de gestión más típicas de empresas y lanzar proyectos comerciales siguió creciendo en EEUU (J. Boschee, 1995). También crecía el número de emprendedores que creaban empresas con una misión social. Estas iniciativas híbridas entre la gestión empresarial y la acción social recibieron múltiples nombres como “empresa nonprofit”, “iniciativa con fin social”, “innovación social”, “negocio con fines sociales”, “empresa de patrimonio comunitario”, “emprendimiento público”, “empresa social” (Defourny y Nyssens, 2012). Fue entre 1993 y 1995 cuando empezaron a consolidarse en EEUU los términos Emprendimiento Social, Emprendedor Social o Empresa Social (Defourny y Nyssens, 2010). Organizaciones que hoy son líderes en la promoción del emprendimiento social como Ashoka o Echoing Green empezaron a usar estos términos.

Conforme aumentaba la popularidad en EEUU del emprendimiento social, la confusión respecto a su definición también crecía. Las dos corrientes de pensamiento que ya habían comenzado a despuntar en décadas anteriores se fueron consolidando. En torno a la escuela de pensamiento “generación de ingresos” empezó a desarrollarse todo un sector de negocios fundados por ONG con el fin de financiar sus actividades sociales. Defourny y Nyssens (2010) lo llaman la corriente de Negocios con propósito social (*Social-purpose*

business approach)⁴⁶. Esta visión comercial de la empresa social fue adoptada también por empresas con ánimo de lucro que tenían un fin social. Por otra parte, la segunda línea de pensamiento en torno al emprendimiento social que se desarrolló en EEUU fue bautizada como la Escuela de la innovación social (Dees y Anderson, 2006). Como ya hemos comentado, el foco de esta escuela es el emprendedor individual como generador de innovación social y agente de transformación de la sociedad (Borzaga y Ianes, 2006) ya trabaje en una gran corporación con ánimo de lucro, para el gobierno o como voluntario en una organización sin ánimo de lucro (Leadbeater, 1997). Dentro de esta escuela en los 90, destaca sin duda el artículo de 1998 de Dees en que propone la definición de emprendedor social más ampliamente citada:

Aquel que desarrolla el papel de agente de cambio en el sector social adoptando una misión para crear y apoyar valores sociales, reconociendo y persiguiendo sin cesar nuevas oportunidades para llevar a cabo esta misión, comprometiéndose en un proceso de innovación continua, adaptación y aprendizaje, actuando con audacia sin estar limitado por los recursos disponibles en el momento y, finalmente, exhibiendo un elevado sentido de responsabilidad hacia los destinatarios servidos y para los resultados creados (Dees, 1998b, p. 4)⁴⁷

El apoyo institucional a la promoción del emprendimiento social también creció en esta época en EEUU. A diferencia del caso europeo, este no provenía del gobierno sino de fundaciones privadas, entre las que destacan Ashoka, Skoll Foundation y Schwab Foundation (Hoogendoorn, 2010; Kerlin, 2006). Por otra parte, en el ámbito académico el interés estaba puesto en comprender las estrategias comerciales de estas ONG (Defourny y Nyssens, 2010) en cuanto a la mejora de su eficacia, más allá de ser solamente una fuente de financiación (Emerson y Twersky, 1996). Un gran hito en la

⁴⁶ Surgieron al respecto conferencias, empresas de consultoría, fondos específicos para financiar estas actividades... En 1997 se fundó el grupo gestor del “*The National Gathering for Social Entrepreneurs*”, que se celebró por primera vez en 1998, liderado por Jerr Boschee y Jed Emerson (Hoogendoorn, 2009). A la conferencia acudieron 182 personas, de las que el 50% eran representantes de ONG y el 26% eran consultores profesionales⁴⁶. A la vista del éxito conseguido, *The National Gathering for Social Entrepreneurs* se fusionó con *SeaChange* transformándose en la asociación Social Enterprise Alliance. En perfecta coherencia con la línea de pensamiento que representa, la Social Enterprise Alliance definió a finales de los 90 la empresa social como “cualquier negocio de generación de ingresos o estrategia emprendida por una organización nonprofit para generar ingresos para apoyar su misión caritativa” (Defourny y Nyssens, 2012).

⁴⁷ Traducción tomada de Defourny y Nyssens 2012

consolidación del emprendimiento social como área académica se produjo en 1993, cuando Harvard Business School lanzó su *Social Enterprise Initiative*⁴⁸.

En conclusión, a finales del siglo XX los conceptos de emprendimiento social, empresa social y emprendedor social ya eran ampliamente conocidos y utilizados en Europa. Sin embargo el concepto que se iba desarrollando en paralelo en EEUU iba ya ganando fuerza en entornos internacionales. En todos los casos el rasgo común del concepto de emprendimiento social era la finalidad social de la actividad desarrollada. Sin embargo, mientras en Europa el foco estaba puesto sobre todo en estructuras de tipo cooperativa dedicadas a la inclusión laboral, sin mucho peso en la generación de ingresos ni la innovación (D. Young y Salamon, 2002), en EEUU se gestaba una visión que acabaría influyendo en la visión europea en que la estructura jurídica no tenía tanta relevancia como la oportunidad de generación de ingresos para la organización (negocios con propósito social) y la innovación (escuela de innovación social).

3.2. Emprendimiento social en el siglo XXI

Durante los primeros años del siglo XXI, se acelera el proceso de reconocimiento y promoción del emprendimiento social hasta convertirse en la estrategia innovadora para resolver problemas sociales que es hoy a los ojos de académicos, gobernantes y sociedad general (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2010; Hoogendoorn, 2010; Nicholls, 2006; Weerawardena y Mort, 2006). Las diversas concepciones de emprendimiento social empiezan a converger durante esta primera etapa del siglo XXI a medida que se desarrolla más diálogo entre ambos lados del Atlántico. En esta época termina de producirse la transformación del concepto europeo ampliado por la influencia estadounidense. Un hito que muestra el aumento de la relevancia del tema durante principios del siglo XXI es la concesión del premio Nobel de la Paz en 2006 al profesor Muhammad Yunus, fundador del banco de micro finanzas Grameen Bank y ejemplo de emprendedor social de gran éxito.

⁴⁸ Este centro estaba liderado por James Austin, Kasturi Rangan y Gregory Dees que lanzaron el primer programa académico en emprendimiento social, con un programa de investigación y docencia sobre el tema.

También sigue la creación de nuevas organizaciones privadas de apoyo a los emprendedores sociales, así como más centros de investigación en universidades de reconocido prestigio (Stanford, Oxford...). El aumento en los recursos dedicados a investigación tiene como consecuencia un mayor número de publicaciones en revistas internacionales y la publicación de números especiales sobre emprendimiento social (Hoogendoorn, 2010).

3.2.1. Europa a principios del siglo XXI

En Europa, a principios del siglo XXI, continúa el desarrollo de legislación específica que ofrece un marco legal e institucional al emprendimiento social (Defourny y Nyssens, 2012). Si bien durante el siglo XX el emprendimiento social en Europa había estado fundamentalmente vinculado a la lucha contra el desempleo, en el siglo XXI las empresas sociales van ensanchando su ámbito de actuación (Galera y Borzaga, 2009). Sus actividades se amplían a áreas como la cultura, la integración de personas excluidas a través de actividades de ocio (no sólo integración laboral), la protección del medio ambiente, la regeneración urbana... En coherencia con esta ampliación del ámbito de actuación de las empresas sociales, los legisladores europeos proponen marcos legales más generales que acojan este gran abanico de actuaciones. En comparación con las figuras legales desarrolladas en décadas anteriores, hay ahora una preponderancia de evitar figuras jurídicas cerradas, evolucionando hacia categorías a las que se pueden acoger organizaciones registradas bajo cualquier figura jurídica siempre que cumplan determinados requisitos⁴⁹.

⁴⁹ En 2002, Francia acuñó las Sociedades Cooperativas de interés colectivo que ampara a asociaciones de empleados, usuarios, gobiernos, etc, que se unan para promover un proyecto de desarrollo local (Defourny y Nyssens, 2010). En 2003, el gobierno de Finlandia aprobó una ley para empresas sociales centrada en apoyar a organizaciones dedicadas a la inclusión de personas con discapacidades o en situación de desempleo de larga duración (Defourny y Nyssens, 2012; Galera y Borzaga, 2009). Todas las empresas, independientemente de su forma jurídica, pueden solicitar la categoría de Empresa Social (Galera y Borzaga, 2009). El único requisito es que al menos el 30% de sus empleados sean personas con discapacidad o desempleados de larga duración. En este sentido, la ley finlandesa es más limitante en su noción del ámbito de actuación propio de una empresa social que las leyes de Italia o Reino Unido. Sin embargo es menos restrictiva en cuanto a que no limita el reparto de beneficios ni sugiere mecanismos de gobierno interno de la organización, como sí hacen las leyes italiana y británica (Pättiniemi, 2006). En 2004, Reino Unido aprobó una ley que contemplaba otra forma jurídica para las empresas sociales, la Empresa de interés comunitario (Hoogendoorn, 2009; Nyssens, 2007). Las Empresas de interés comunitario, C.I.C. en sus siglas en inglés (*Community Interest Companies*), son sociedades limitadas con capacidad para desarrollar cualquier tipo de actividad comercial. Esta figura no contempla ventajas fiscales (Galera y

En el ámbito académico, la red de investigación EMES lanzó en 2001 un nuevo programa que pretendía probar la adecuación de los indicadores para empresas sociales que se había identificado en el primer proyecto. Si bien EMES reconocía que el ámbito de las empresas sociales se había ampliado mucho en los últimos años, para poder hacer un análisis comparado entre diversos países decidieron centrar su investigación en las empresas sociales de integración laboral (Hoogendoorn, 2010). El proyecto se llamó PERSE⁵⁰. Este segundo proyecto de investigación sirvió para consolidar la red. En Reino Unido, la universidad de Oxford, fundó en 2003 el *Skoll Center for Social Entrepreneurship*, dependiente de *Saïd Business School*, que se ha convertido en centro de referencia en Europa en este ámbito.

Desde un punto de vista de apoyo institucional, a nivel de la Unión Europea han surgido poco a poco proyectos e iniciativas comunitarias destinadas a promover y financiar iniciativas de emprendimiento social. Dentro de la Unión Europea, el país que más se ha significado en su apoyo institucional al emprendimiento social ha sido Reino Unido. En 2001, el gobierno de Tony Blair creó dentro del Departamento de industria y comercio de Reino Unido una unidad específica de empresa social. Esta unidad define la empresa social como “un negocio con objetivos principalmente sociales cuyos excedentes se reinvierten principalmente para este fin en el negocio o en la comunidad, en lugar de estar dirigida por la necesidad de maximizar los beneficios para los accionistas y propietarios” (Defourny y Nyssens, 2012, p. 7;

Borzaga, 2009). Las CIC tienen limitada la distribución de beneficios entre los socios (Hoogendoorn, 2009). Sólo dos años después de la aprobación de esta ley, ya había más de 1.000 organizaciones registradas bajo la categoría de Empresa de interés comunitario en Reino Unido (Defourny y Nyssens, 2010). El gobierno de Italia, en el año 2005, amplía su marco legal, que antes contemplaba únicamente las Cooperativas sociales, para incluir la noción más amplia de empresa social (*Impresa Sociale*). En esta nueva ley, la empresa social no tiene una forma jurídica propia sino una categoría legal a la que se pueden acoger organizaciones de diversa naturaleza jurídica. Permite también incluir nuevos tipos de servicios de interés general que estas poder ofrecer. Esta ley no contempla ventajas fiscales para las organizaciones que se acojan a esta nueva categoría legal (Galera y Borzaga, 2009). Los requisitos para lograr esta categoría legal son: No distribuir beneficios (de haberlos, hay que reinvertirlos) e incluir en los órganos de gobernanza interna a grupos más allá de los propietarios de la sociedad, como pueden ser los empleados y los beneficiarios (Defourny y Nyssens, 2010). En línea con la tradición cooperativista, Polonia aprobó en 2006 la ley de Cooperativas Sociales. Esta ley está inspirada en la ley Italiana de 1991 y se destina concretamente a organizaciones cuya misión es la creación de puestos de trabajo para grupos en riesgo de exclusión (Defourny y Nyssens, 2010).

⁵⁰ Acrónimo en inglés de: *The Socio-Economic Performance of Social Enterprises in the Field of Integration by Work*

DTI, 2002). La Unidad de empresa social lanzó una estrategia trianual con el fin de coordinar esfuerzos de los gobiernos nacionales, regionales y locales (Kerlin, 2006). De hecho, algunos autores distinguen dentro de la corriente Europea una línea de pensamiento EMES y otra línea de pensamiento en Reino Unido que sería una mezcla entre la tradición EMES y las líneas de pensamiento imperantes en EEUU (Tabla 3.1.).

Tabla 3.1. Diferencias entre Escuela EMES y Reino Unido

	Tradición Europea	
Distinciones	EMES	Reino Unido
Unidad de observación	Empresa	Empresa
Vínculo Misión-Servicios	Directo	Directo o Indirecto
Estructura Legal	Algunas limitaciones	No delimitada
Innovación	No prioritario	No prioritario
Distribución de Beneficios	Algunas limitaciones	Algunas limitaciones
Ingresos de Mercado	No prioritario	Importante
Gobernanza	Relevante involucración de agentes	Recomendada involucración de agentes

Fuente: Hoogendoorn (2010, p. 9)

Como se puede observar en la tabla anterior, el enfoque de Reino Unido da una primacía fundamental a la generación de ingresos por vía de mercado. (Defourny y Nyssens, 2010; Hoogendoorn, 2010). Comparte esta característica con el enfoque que se venía desarrollando en EEUU, a diferencia del enfoque europeo, en que la generación de ingresos por vía de mercado no es algo prioritario. Por otra parte, el enfoque de Reino Unido no establece ningún condicionante en cuanto a la estructura legal de la empresa social, al igual que en EEUU, mientras que el enfoque europeo aún impone algunos. La última diferencia destacable es el hecho de que el enfoque europeo ponga gran énfasis en la involucración de los propios agentes a quienes se pretende ayudar en la gobernanza de la empresa social. Este rasgo es herencia del origen cooperativista de gran parte del emprendimiento social europeo. En el caso del Reino Unido, se recomienda tener en cuenta el criterio de los agentes a quienes se pretende ayudar pero no pasa de ser una recomendación. En resumen, el principio del siglo XXI en Europa supone una aceleración de los procesos ya comenzados en el siglo XX, con la particularidad de que la noción de emprendimiento social se amplía, los marcos legales tienen a ser más generales y, especialmente en Reino Unido, se empieza a notar la influencia de las escuelas de emprendimiento social de EEUU. De este modo, Reino Unido pasa a convertirse en una puerta por la que la tendencia de EEUU, ya preponderante a nivel internacional, comienza a ganar fuerza en Europa.

3.2.2. Convergencia entre ambos lados del Atlántico

Para poder comprender el proceso de convergencia entre los conceptos de emprendimiento social en Europa y EEUU, empezaremos por hacer una breve síntesis de los acontecimientos que se fueron produciendo en EEUU durante los primeros años del siglo XXI, inicialmente en paralelo con Europa. El hecho más significativo en cuanto a la evolución del emprendimiento social a principios del siglo XXI en EEUU es la convergencia, aunque parcial, entre las dos escuelas de pensamiento que se habían desarrollado durante el final del siglo XX, a saber Innovación social y Generación de ingresos (Bacq y Janssen, 2011; Defourny y Nyssens, 2012; Hoogendoorn, 2010). En la práctica, cada vez es más común que organizaciones que defienden el criterio de innovación social incorporen también la generación de ingresos para apoyar la sostenibilidad económica de los proyectos como algo deseable y a la inversa. El esfuerzo por consolidar las visiones comercial y social del emprendimiento social derivó en el nacimiento y consolidación de conceptos como la doble línea de resultados (Emerson, 2003, 2006). En 2006, Dees y Anderson propusieron un concepto general que aglutinaría a las dos escuelas a modo de paraguas: Innovación social emprendedora (Dees y Anderson, 2006)⁵¹. Esta consiste en acciones innovadoras que mezclan métodos del mundo de la gestión empresarial con métodos propios de la acción social para crear valor social sostenible y que tienen potencial para tener impacto a gran escala. Como se ve en la tabla 3.2 esta visión homogeneizada del emprendimiento social pone el foco en la empresa, no en el individuo, como unidad de observación (es decir, sí es importante la explotación de la oportunidad a través de una organización empresarial). Como ya vimos que hace el enfoque de Reino Unido, no delimita la estructura legal de la empresa social. La innovación es un claro requisito para poder considerar que una organización es una empresa social y los ingresos de mercado son idénticamente importantes.

⁵¹ Otros autores han sugerido que el nombre “emprendimiento social” sea el que se use como paraguas, dejando la innovación social y generación de ingresos como sub áreas (Jerr Boschee, 2007).

Tabla 3.2. Escuelas de pensamiento en la tradición americana

Distinciones	Innovación Social	Generación de Ingresos	Innovación Social Emprendedora
Unidad de observación	Individuo	Empresa	Empresa
Vínculo Misión-Servicios	Directo	Directo o Indirecto	Directo o Indirecto
Estructura Legal	No delimitada	Sin ánimo de lucro	No delimitada
Innovación	Requisito	No prioritario	Requisito
Distribución de Beneficios	Sin limitación	Restringida	Sin Limitación
Ingresos de Mercado	No prioritario	Requisito	Importante
Gobernanza	No prioritario	No prioritario	No prioritario

Fuente: Adaptación de Hoogendoorn (2010) y Dees y Anderson (2006)

A nivel académico, un hito de gran relevancia en EEUU este periodo es la fundación en 2001 de *Social Enterprise Knowledge Network* (SEKN en sus siglas en inglés), una red de escuelas iberoamericanas, apoyadas por Harvard como socio estratégico⁵². En 2003, Stanford fundó su Centro de innovación social, que acoge los esfuerzos en investigación y docencia en el área de emprendimiento social.

Como se ha analizado, el emprendimiento social se desarrolla tanto en la práctica como a nivel académico de forma paralela a ambos lados del Atlántico hasta los años 2004-2005 (Defourny y Nyssens, 2012). A partir de entonces se inicia un diálogo entre Europa y EEUU que desemboca en la convergencia de las distintas escuelas hacia conceptos más amplios pero compartidos. De este diálogo emerge la definición de emprendimiento social que se emplea en el presente estudio. Un claro ejemplo de este diálogo trasatlántico en el ámbito de la promoción del emprendimiento social es la estrecha colaboración que se estableció entre 2006 y 2008 entre el PNUD y la red EMES. Juntos elaboraron un informe que analizaba el potencial del emprendimiento social para reducir la pobreza y generar empleo en Europa Central, Europa del Este y la Comunidad de Estados Independientes (Borzaga et al., 2008). Si bien este esfuerzo marcó el comienzo de la colaboración

⁵² Su misión, tal y como aparece descrita en su web, es: "Ampliar las fronteras del conocimiento y la práctica en emprendimientos sociales a través de investigación conjunta, aprendizaje compartido, enseñanza centrada en casos y el fortalecimiento de las capacidades de las instituciones de formación gerencial para el servicio de sus comunidades."(SEKN) <http://www.sekn.org/cms/>

trasatlántica, en el informe se aplica aún la visión tradicional de EMES sobre el emprendimiento social.

En esos años se empiezan a publicar revisiones de la literatura comparando las dos áreas geográficas y fomentando el diálogo entre ellas, como es el trabajo de Kerlin (2006, 2009). En la línea de promover el debate entre las dos grandes regiones, Kerlin (2006) sugiere una serie de aspectos en los que cada tradición puede aprender de la otra. Según su análisis, EEUU se beneficiaría de incorporar en sus empresas sociales las metodologías de gobernanza europeas heredadas de la tradición cooperativista. También podría aprender de los gobiernos europeos las estrategias más eficaces para promover el emprendimiento social. Sugiere también que Europa, por su parte, podría ampliar mucho más el ámbito de actuación de sus empresas sociales, siguiendo el ejemplo de EEUU. Si bien es cierto que han pasado de estar exclusivamente centradas en la generación de empleo a desarrollarse en casi todos los ámbitos de la acción social, la generación de empleo continúa teniendo un peso muy grande en Europa. También los gobiernos europeos pueden incorporar buenas prácticas del gobierno de EEUU quien ha sido un gran impulsor del sector a través de la contratación pública.

También en la misma época varios académicos europeos empiezan a escapar del debate puramente cooperativista centrado fundamentalmente en la acción social para incorporar a su discurso sobre el emprendimiento social nociones propias del debate estadounidense. En un libro editado por Mair, Robinson y Hockerts (2006) como resultado de una conferencia en Barcelona aparecen hasta 15 definiciones diferentes de emprendimiento social. En el libro participan autores estadounidenses y europeos. Los autores destacan los beneficios para esta área académica del pluralismo de visiones al respecto y abogan por una definición amplia en la que quepan todas las realidades del emprendimiento social (Cho, 2006).

El académico británico Nicholls (2006) menciona que los tres elementos fundamentales que dibujan el mapa conceptual del emprendimiento social son la misión social, la innovación y la orientación al mercado. En su trabajo ya están mencionadas de forma explícita y estructuradas las tres características del emprendimiento social que más adelante usarán en su definición Lepoutre, Justo, Terjesen y Bosma (2013). Para Nicholls sólo aquellas organizaciones que generan sus ingresos por vía de mercado se pueden considerar empresas sociales. Esta visión bebe de la tradición de la escuela de generación de ingresos americana. También en Reino Unido se publica *Entrepreneurship as Social Change*, en el que se subraya la innovación en el emprendimiento

social, en línea con la escuela de innovación social americana (Steyaert y Hjorth, 2008).

En 2011 la Comisión Europea lanza la *Social Business Initiative* con el objetivo de “promover un entorno favorable a la creación de empresas sociales en Europa”(Comisión Europea). Para la Comisión Europea, en 2011, una empresa social es:

Un operador en la economía social cuyo principal objetivo es tener un impacto social en lugar de obtener un beneficio para sus propietarios o partes interesadas. Funciona proporcionando bienes y servicios para el mercado de forma emprendedora e innovadora y utiliza sus beneficios principalmente para conseguir objetivos sociales. Está gestionada de un modo abierto y responsable y, especialmente, implica a empleados, consumidores y partes interesadas afectados por sus actividades comerciales (European Commission, 2011)⁵³.

En esta comunicación de la Comisión Europea se produce un paso definitivo hacia la convergencia entre los enfoques europeo y estadounidense. En ella, el núcleo de la definición de empresa social (“Funciona proporcionando bienes y servicios para el mercado de forma emprendedora e innovadora y utiliza sus beneficios principalmente para conseguir objetivos sociales”) incluye los tres elementos mencionados por el británico Nicholls (2006) con anterioridad como constitutivos de la empresa social: Exposición al mercado, innovación y misión social. Los dos primeros requisitos que menciona son característicos de la escuela americana pero en 2011 la Comisión Europea los añade a las características ya tradicionales en EMES sobre la misión social, la limitación en la distribución de beneficios y la gobernanza inclusiva. Sin embargo, en 2011 aún no se cualifica la relevancia de la exposición al mercado. Es en 2013 cuando se culmina la convergencia de las tradiciones de ambos lados del Atlántico. En ese año, la Comisión Europea (2013) especifica aún más su definición de empresa social mencionando que uno de los rasgos que distinguen a una empresa social de una entidad sin ánimo de lucro tradicional es que genera una parte “sustancial” de sus ingresos a través del mercado.

En ese mismo año se publica la conceptualización realizada por Lepoutre et al. (2013) del emprendimiento social, sobre la que basamos el trabajo de esta disertación. El objetivo de estos autores era desarrollar una conceptualización del emprendimiento social que fuera homogénea a nivel global y que sirviera

⁵³ Traducción tomada de Defourny y Nyssens (2012)

por tanto como base para diseñar el cuestionario sobre el que se basaría el *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. Como ya hemos visto en el capítulo uno, los autores analizaron todas las definiciones de emprendimiento social preexistentes e identificaron tres criterios principales que caracterizan el emprendimiento social en la literatura, que son coherentes con los aplicados por la Comisión Europea en 2013, ya mencionados por Nicholls en 2006. Por una parte, “las empresas sociales deben tener un objetivo social explícito e intrínseco” (Lepoutre et al., 2013, p. 694). En segundo lugar, “la misión del emprendedor social se logra a través de un producto o servicio innovador” (Lepoutre et al., 2013, p. 695). Por último, “para varios académicos el hecho de que se considere “emprendimiento” significa que el emprendedor social ha de estar expuesto a la lógica del mercado” (Lepoutre et al., 2013, p. 695). Según su análisis, para algunos académicos el emprendimiento social se puede encontrar en la intersección entre los dos primeros criterios: misión social e innovación (Borins, 2000). Para otros los dos criterios importantes en cuya intersección está el emprendimiento social son la misión social y la generación de ingresos por vía de mercado (Nicholls, 2006). Y, en la definición más restringida, se exigen los tres criterios.

En esta disertación, se seguirá la metodología de definición desarrollada por Lepoutre et al. (2013), que refleja el estado del arte en cuanto a la conceptualización del emprendimiento social en la actualidad. Se partirá de la definición amplia inicial que utilizan en su trabajo, que toman de Mari y Martí (2006):

Primero, vemos el emprendimiento social como un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas. Segundo, estas combinaciones de recursos están principalmente orientadas a explorar y explotar oportunidades para crear valor social estimulando cambios sociales o resolviendo necesidades sociales. Y tercero, visto como un proceso, el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones (Mair y Martí, 2006, p. 37).

La definición de Mair y Martí (2006) es muy amplia e inclusiva de distintas formas de emprendimiento social, tal y como recomienda hacer la literatura. Partiendo de esta definición amplia y sobre la base de las características misión social, innovación y generación de ingresos de mercado, Lepoutre et al. (2013) establece luego las categorías de emprendimiento social ya descritas en el capítulo uno. Esta es por tanto una definición coherente con la tradición Europea que sin embargo incorpora criterios llegados por la

influencia de EEUU, los cuales estaban ya presentes en el debate sobre emprendimiento social europeo durante los años en los que se basa este estudio. Así pues, la conceptualización de Lepoutre et al. (2013) captura adecuadamente el concepto de emprendimiento social en la Unión Europea vigente en los años 2000-2015, en los que se basa esta disertación. El *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*, fuente de datos secundarios de la presente investigación, basa la captura de datos en un cuestionario diseñado sobre la base de esta definición.

Capítulo 4 | Situación del emprendimiento social en la Unión Europea a principios del siglo XXI

Tras revisar en el capítulo tres la evolución histórica del emprendimiento social, en la Unión Europea tanto desde el punto de vista académico e institucional como desde la perspectiva de los profesionales del sector, nos disponemos en este capítulo cuatro a trazar una fotografía de la situación del emprendimiento social a comienzos del siglo XXI. Es importante comprender quiénes son los emprendedores sociales considerados en el estudio para tener el marco completo de la unidad de análisis a examinar en el presente estudio.

El análisis estadístico presentado en este capítulo se basa en los datos del *2009 Special Report on Social Entrepreneurship* del *Global Entrepreneurship Monitor*. Esta es la misma base de datos sobre la que basaremos el análisis econométrico orientado a contrastar las hipótesis de investigación. Sobre la base de esos datos, haremos una descripción de los emprendedores sociales en la Unión Europea a comienzos del siglo XXI desde un punto de vista primero demográfico y socio-económico, luego en función del tipo de empresas sociales que crean y, por último, en cuanto a su relación con variables de análisis relevantes para este estudio como son la novedad de la tecnología, la innovación (tanto en general como no tecnológica) y el desempeño (reflejado en las exportaciones y el número de trabajadores)⁵⁴.

También examinaremos, para cada una de las variables de análisis, las diferencias que pueda haber entre los emprendedores sociales y los emprendedores comerciales. Este punto es relevante porque comprender en qué se parecen y en qué se diferencian los emprendedores sociales de los emprendedores comerciales nos ayudará a discutir qué elementos de la literatura sobre tecnología y emprendimiento comercial podrían ser aplicables a los emprendedores sociales y con qué salvedades o limitaciones.

⁵⁴ Si bien *Global Entrepreneurship Monitor Project*, al nacer con el objetivo de capturar datos sobre actitudes hacia el emprendimiento que sean comparables a nivel global, pone especial cuidado en reducir posibles sesgos culturales en las respuestas poniendo atención en la redacción de las preguntas, es necesario considerar que tales sesgos no se pueden eliminar totalmente.

4.1. Descripción del perfil demográfico y socioeconómico de los emprendedores sociales de la Unión Europea de principios del siglo XXI

4.1.1. País de origen

A principios del siglo XXI ya hay emprendedores sociales identificados como tales por los académicos en todos los países de la Unión Europea. Sin embargo hay bastante dispersión en cuanto a la distribución del porcentaje de emprendedores sociales sobre el total de emprendedores de unos países a otros. Como vemos en la tabla 4.1, los países de la Unión Europea con mayor porcentaje de emprendedores sociales sobre su población total de emprendedores son Francia (41%), Bélgica (39%) y Croacia (37%). Por el contrario, Alemania (9%), Grecia (10%) y Holanda (11%) son los países con menor porcentaje de emprendedores sociales entre su población total de emprendedores.

Tabla 4.1. El emprendimiento social en la Unión Europea por país.

Tabla de contingencia País de Origen * Emprendedor social vs. comercial

País de Origen			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
País de Origen	Grecia	Recuento	38	336	374
		% dentro de País de Origen	10%	90%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	3%	6%	5%
	Holanda	Recuento	29	225	254
		% dentro de País de Origen	11%	89%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	3%	4%	4%
	Bélgica	Recuento	68	108	176
		% dentro de País de Origen	39%	61%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	6%	2%	2%
Francia	Francia	Recuento	39	57	96
		% dentro de País de Origen	41%	59%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	4%	1%	1%
España	España	Recuento	171	2031	2202
		% dentro de País de Origen	8%	92%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	16%	34%	31%

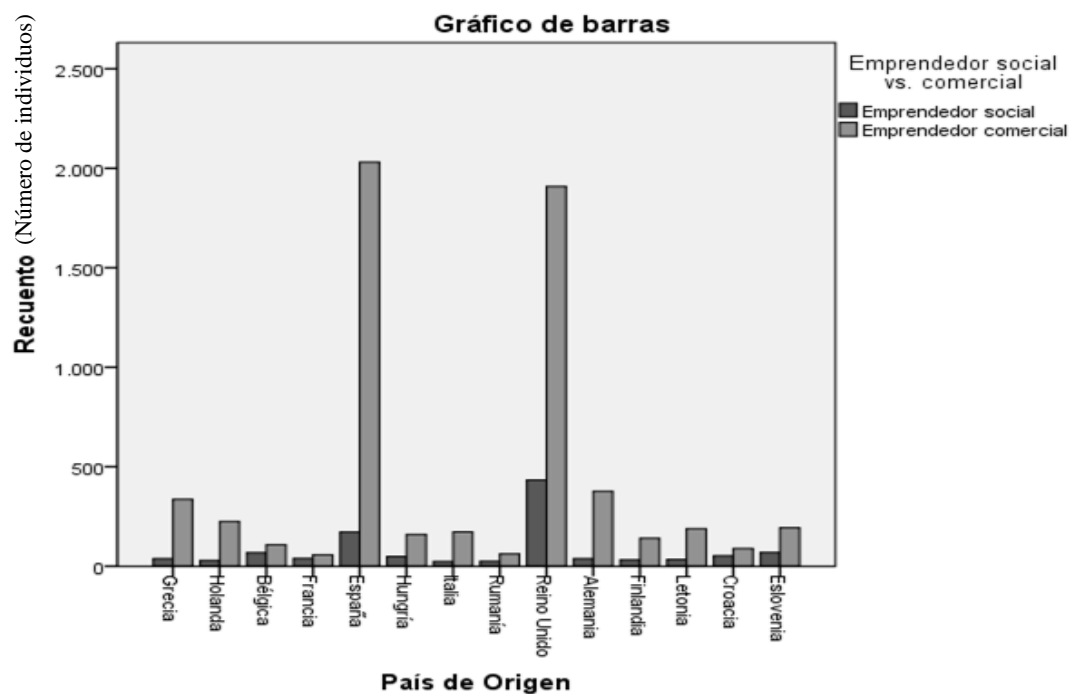
Tabla de contingencia País de Origen * Emprendedor social vs. Comercial (continuación)

País de Origen			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
País de Origen	Hungría	Recuento	49	160	209
		% dentro de País de Origen	23%	77%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	4%	3%	3%
	Italia	Recuento	24	172	196
		% dentro de País de Origen	12%	88%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	2%	3%	3%
	Rumanía	Recuento	25	62	87
		% dentro de País de Origen	29%	71%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	2%	1%	1%
	Reino Unido	Recuento	433	1909	2342
		% dentro de País de Origen	18%	82%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	39%	32%	33%
	Alemania	Recuento	38	377	415
		% dentro de País de Origen	9%	91%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	3%	6%	6%
	Finlandia	Recuento	32	141	173
		% dentro de País de Origen	18%	82%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	3%	2%	2%
	Letonia	Recuento	34	189	223
		% dentro de País de Origen	15%	85%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	3%	3%	3%
	Croacia	Recuento	53	89	142
		% dentro de País de Origen	37%	63%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	5%	1%	2%
	Eslovenia	Recuento	69	193	262
		% dentro de País de Origen	26%	74%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	6%	3%	4%
Total	Recuento		1102	6049	7151
	% dentro de País de Origen		15%	85%	100%
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En el gráfico 4.1. podemos observar la ya mencionada diferencia en la distribución del porcentaje de emprendedores sociales sobre el total de emprendedores entre países de la Unión Europea. La diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea por países sí es estadísticamente significativa, como podemos apreciar en la tabla 4.2. Esta información es relevante a nivel europeo porque podría indicar que los entornos en los que emergen los emprendedores sociales han de ser algo diferentes a los entornos en que emergen los emprendedores comerciales. Recordemos que la literatura sobre emprendimiento de base tecnológica pone gran énfasis en que los emprendedores tecnológicos se sitúen en *clusters* mientras que la literatura sobre emprendimiento social menciona que los emprendedores sociales suelen emerger en entornos cercanos a sus usuarios, en muchos casos entornos desaventajados. En ese caso las actuaciones públicas destinadas a promover la aparición de unos y otros podrían tener que ser diferentes.

Gráfico 4.1. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por país.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.2. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por país.

Pruebas de chi-cuadrado País de Origen * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	360,140	13	,000
Razón de verosimilitudes	333,422	13	,000
Asociación lineal por lineal	50,129	1	,000
N de casos válidos	7151		

Medidas simétricas País de Origen * Emprendedor social vs. comercial

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,224
	V de Cramer	,224
	Coeficiente de contingencia	,219
N de casos válidos	7151	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

Por otra parte, cabe destacar que en términos absolutos el país que aporta más emprendedores sociales al número total de emprendedores sociales de la Unión Europea es Reino Unido. De este país proceden el 39% de los emprendedores sociales identificados en el *2009 Special Report on Social Entrepreneurship* del *Global Entrepreneurship Monitor*. Recordemos también que en el capítulo tres hemos visto como países como Reino Unido tienen una larga tradición de apoyo al emprendimiento social desde el gobierno a través de contratos públicos y también a través de políticas y actuaciones específicas. No es pues casualidad que sea este el país que aporta más emprendedores sociales al total de emprendedores sociales de la Unión Europea. En el otro extremo están Italia y Rumanía, que aportan sólo el 2% cada uno.

4.1.2. Género

En la Unión Europea, a principios del siglo XXI, la participación de mujeres en el emprendimiento social es mucho menor que la de los hombres⁵⁵. De hecho,

⁵⁵ En este contexto, participar en el emprendimiento social implica liderar un proyecto de emprendimiento social como fundador o co-fundador. La afirmación de que las mujeres participan menos del emprendimiento social que los hombres implica que son menos las mujeres que se lanzan a crear y liderar empresas sociales. No implica que su participación sea menor en los equipos que apoyan a los emprendedores sociales. Sobre la participación de mujeres en los equipos no tenemos datos.

como podemos ver en la tabla 4.3. los hombres representan un 63% de los emprendedores sociales en la Unión Europea a principios del siglo XXI frente a un 37% que representan las mujeres.

Tabla 4.3. El emprendimiento social en la Unión Europea por género.

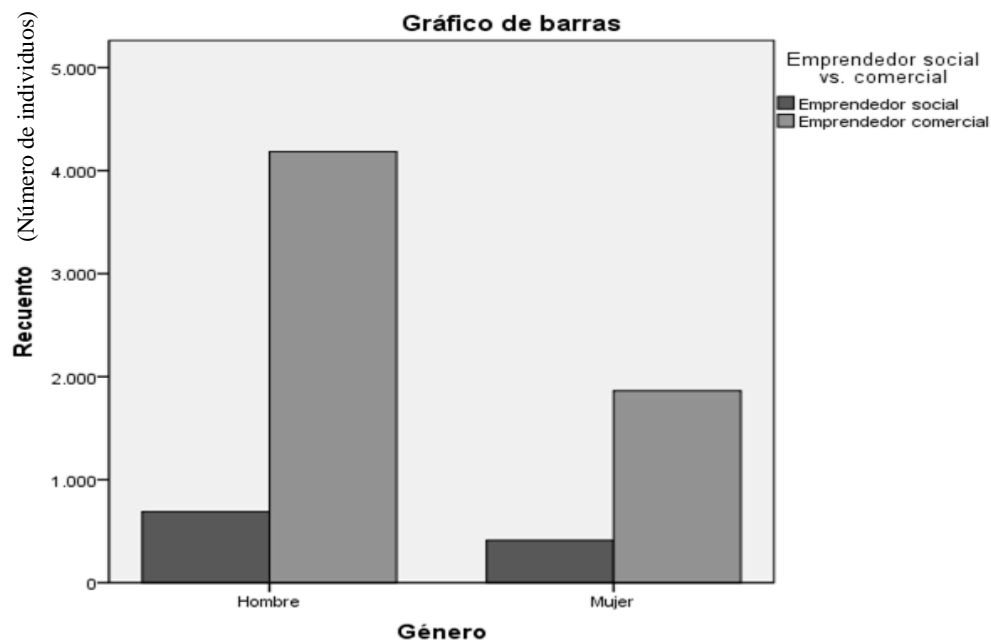
Tabla de contingencia Género * Emprendedor social vs. comercial

Género	Emprendedor social vs. comercial			Total	
		Emprendedor social	Emprendedor comercial		
Género	Hombre	Recuento	689	4185	4874
		% dentro de Género	14%	86%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	63%	69%	68%
	Mujer	Recuento	413	1863	2276
		% dentro de Género	18%	82%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	37%	31%	32%
Total	Recuento	1102	6048	7150	
	% dentro de Género	15%	85%	100%	
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al comparar la distribución de emprendedores sociales por género con la distribución de emprendedores comerciales por género, observamos que la participación de las mujeres en el emprendimiento social es mayor que su participación en el emprendimiento comercial. Observamos en el gráfico 4.2 que, del total de hombres emprendedores en la Unión Europea, el 14% son emprendedores sociales mientras que del total de mujeres emprendedoras en la Unión Europea el 18% son emprendedoras sociales

Gráfico 4.2. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por género.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

Tabla 4.4. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por género.

Pruebas de chi-cuadrado Género * Emprendedor social vs. comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,133	1	,000		
Corrección por continuidad	18,827	1	,000		
Razón de verosimilitudes	18,699	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	19,130	1	,000		
N de casos válidos	7150				

Medidas simétricas Género * Emprendedor social vs. comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	-,052	,000
	V de Cramer	,052	,000
	Coefficiente de contingencia	,052	,000

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

Además, a partir de la información disponible en la tabla 4.4., corroboramos que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y

comerciales en la Unión Europea por género sí es estadísticamente significativa. Este es un hallazgo destacado por Terjesen, Lepoutre, Justo y Bosma (2009) a nivel global y no solamente europeo. Es un hecho a nivel mundial que, si bien existe una importante brecha de género en el emprendimiento social, esta es menor que en el caso del emprendimiento comercial. Sin embargo la literatura no destaca el género del emprendedor como un elemento relevante en las empresas tecnológicas (sociales o comerciales). Por tanto, puede ser un elemento relevante en cuanto a implementar políticas de género en la Unión Europea y una mayor participación de mujeres en el emprendimiento pero no tenemos por ahora información que apunte a que los es en cuanto al uso de tecnología por parte de los emprendedores sociales. Analizaremos esta posibilidad en más detalle en el capítulo seis.

4.1.3. Edad

También en el caso de la edad, Tejersen et al (2009) destacan diferencias sistemáticas en países impulsados por la innovación⁵⁶, como lo son los países de la Unión Europea, entre los emprendedores sociales y los emprendedores comerciales. En general, los emprendedores sociales tienden a ser más jóvenes que los emprendedores comerciales. Observamos esta misma realidad en el caso de los emprendedores sociales de la Unión Europea en la tabla 4.5. En la Unión Europea, el grupo de edad en que, del total de emprendedores en esa edad, un porcentaje mayor son emprendedores sociales es el grupo de 18 años a 24 años. Parece que es la gente joven quienes con más frecuencia se animan a ser emprendedores sociales cuando deciden emprender. De los emprendedores en esa franja de edad en la Unión Europea, un 41% son emprendedores sociales. En el otro extremo, son los emprendedores de 45 a 54 años los que parecen mostrar un interés menor en el emprendimiento social ya que entre ellos sólo un 12% son emprendedores sociales.

Del total de emprendedores sociales de la Unión Europea, el tramo de edad con mayor participación en el emprendimiento social es el de 25 a 34 años, al que pertenecen el 25% del total de emprendedores sociales de la Unión Europea. Le siguen los emprendedores de entre 35 y 44 años, que aporta un 23% de los emprendedores sociales de la Unión Europea. Parece

⁵⁶ Tejersen et al (2009) clasifican los países en tres tipos: Aquellos impulsados por factores de producción, aquellos impulsados por la eficiencia y aquellos impulsados por la innovación. Cada tipo responde a un nivel de desarrollo siendo los países impulsados por factores de producción los menos desarrollados y los impulsados por la innovación los más desarrollados.

que, si bien los más jóvenes y los más mayores tienden más a ser emprendedores sociales cuando emprenden, son los emprendedores de entre 25 y 44 años los que generan la mayoría de la actividad de emprendimiento social en la Unión Europea.

Tabla 4.5. El emprendimiento social en la Unión Europea por edad.

Tabla de contingencia Edad (Agrupado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

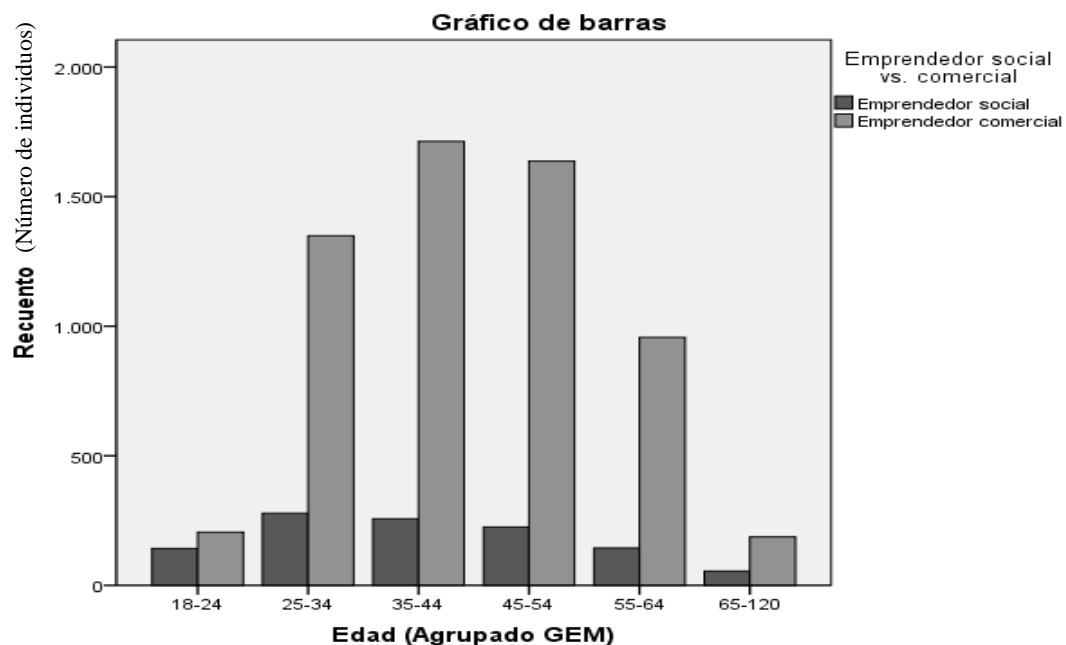
			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Edad (Agrupado GEM)	18-24	Recuento	142	205	347
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	41%	59%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	13%	3%	5%
	25-34	Recuento	278	1349	1627
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	17%	83%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	25%	22%	23%
	35-44	Recuento	257	1713	1970
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	13%	87%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	23%	28%	28%
	45-54	Recuento	225	1637	1862
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	12%	88%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	20%	27%	26%
	55-64	Recuento	144	957	1101
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	13%	87%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	13%	16%	15%
Total	65-120	Recuento	55	187	242
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	23%	77%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	5%	3%	3%
		Recuento	1101	6048	7149
		% dentro de Edad (Agrupado GEM)	15%	85%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al comparar en el gráfico 4.3. la distribución de emprendedores sociales en la Unión Europea por edad con la distribución de emprendedores comerciales en la Unión Europea por edad, observamos que la mayoría de emprendedores sociales tienden a centrarse en tramos de menos edad que los emprendedores comerciales. Así, los grupos de edad que aportan más emprendedores en general, como hemos visto, son los de 25-54 años, con un 67% del total de emprendedores de la Unión Europea en ese tramo de edad. Pero, mirando entre esos grupos, vemos que los emprendedores sociales se concentran más en las franjas más jóvenes (25% entre 25-34, 23% entre 35-44 y 20% entre 45 y 54) mientras que los emprendedores comerciales se concentran en franjas de más edad (22% entre 25-34, 28% entre 35-44 y 27% entre 45-54). Pero la diferencia más significativa es la mayor participación de personas entre 18-24 años en el total de emprendedores sociales que en el de

emprendedores comerciales (13% vs. 3%). Los datos expuestos en la tabla 4.6. indican que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea por edad sí es estadísticamente significativa.

Gráfico 4.3. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por edad.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.6. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por edad.

Pruebas de chi-cuadrado Edad (Agrupado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	215,657	5	,000
Razón de verosimilitudes	172,990	5	,000
Asociación lineal por lineal	42,518	1	,000
N de casos válidos	7149		

Medidas simétricas Edad (Agrupado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,174	,000
	V de Cramer	,174	,000
	Coeficiente de contingencia	,171	,000
N de casos válidos		7149	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta información es muy relevante porque en el capítulo dos expusimos que la literatura sobre emprendimiento de base tecnológica indica que los emprendedores de más edad suelen tener más éxito en empresas tecnológicas. La menor edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea podría estar perjudicando sus posibilidades de tener éxito en la aplicación de nuevas tecnologías en sus proyectos. Este dato será importante en la discusión de los resultados del análisis y conclusiones del estudio. Indica también que para que los resultados del contraste de hipótesis no se vean afectados por la diferencia en edad media entre emprendedores sociales y comerciales podría ser importante incluir la edad como variable de control en el modelo. Evaluaremos la necesidad de hacerlo en el capítulo seis, donde expondremos los resultados del contraste de hipótesis.

4.1.4. Tamaño del hogar

También el tamaño del hogar es una variable relevante a la hora de describir a los emprendedores sociales de la Unión Europea a principios del siglo XXI, como observamos en la tabla 4.7. Los emprendedores que viven en hogares con menos miembros tienden a ser emprendedores sociales con más probabilidad que los que viven en hogares con más miembros. De hecho, un 17 % de los emprendedores con hogares de dos o menos miembros son emprendedores sociales. Sin embargo la diferencia respecto a otros tamaños de hogar no es muy amplia. En los demás tamaños de hogar el porcentaje de emprendedores sociales del total de emprendedores oscila entre el 14% y el 16%.

Tabla 4.7. El emprendimiento social en la Unión Europea por tamaño del hogar.

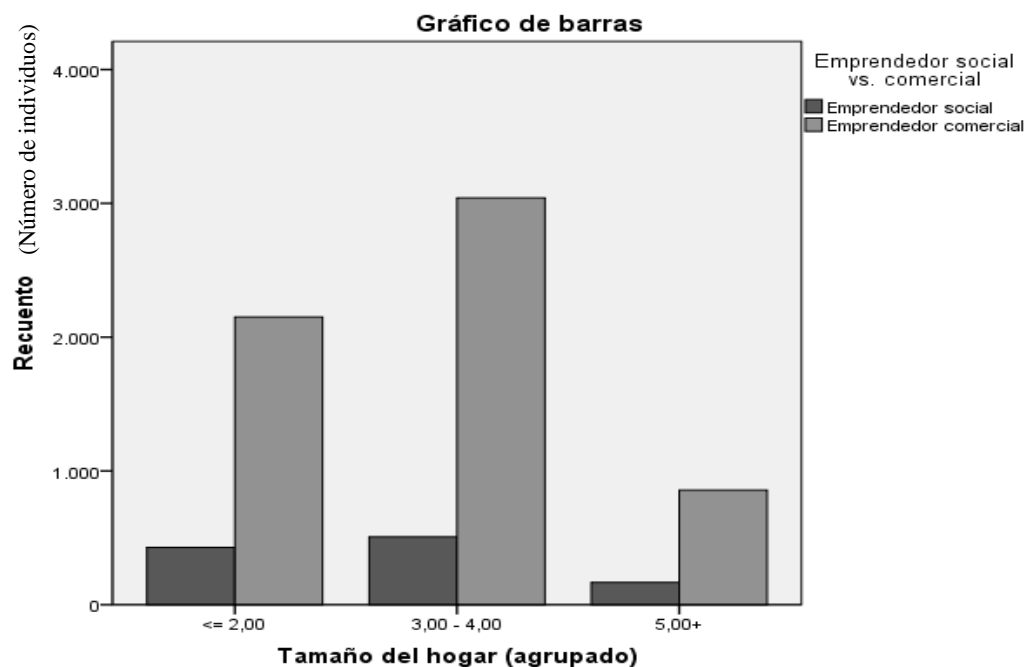
Tabla de contingencia Tamaño del hogar * Emprendedor social vs. Comercial

			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Tamaño del hogar	<= 2,00	Recuento	428	2151	2579
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	17%	83%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	39%	36%	36%
	3,00 - 4,00	Recuento	507	3041	3548
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	14%	86%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	46%	50%	50%
	5,00+	Recuento	167	856	1023
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	16%	84%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	15%	14%	14%
Total		Recuento	1102	6048	7150
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	15%	85%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

No son los emprendedores sociales en hogares de menor tamaños los que aportan el mayor número de emprendedores sociales al total de emprendedores sociales de la Unión Europea. Los emprendedores con hogares de entre tres y cuatro miembros son los que tienen más peso entre los emprendedores sociales de la Unión Europea, constituyendo el 46% del total. Como vemos, los emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea se distribuyen de forma diferente en función del tamaño del hogar. El gráfico 4.4. muestra que los emprendedores comerciales se concentran un poco más que los emprendedores sociales en tamaños de hogar de entre dos y cuatro miembros. La diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función del tamaño del hogar sí es estadísticamente significativa, según los datos expuestos en la tabla 4.8.

Gráfico 4.4. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por tamaño del hogar.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.8. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por tamaño del hogar.

Pruebas de chi-cuadrado Tamaño del hogar * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,852	2	,033
Razón de verosimilitudes	6,857	2	,032
Asociación lineal por lineal	1,054	1	,305
N de casos válidos	7150		

Medidas simétricas Tamaño del hogar * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,031	,033
	V de Cramer	,031	,033
	Coefficiente de contingencia	,031	,033
N de casos válidos		7150	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

El tamaño del hogar es una variable tradicionalmente correlacionada con la edad. Tamaños de hogar de más miembros suelen corresponder a emprendedores más jóvenes de media y a la inversa. Como ya hemos expuesto, los emprendedores sociales de la Unión Europea tienden a ser más jóvenes que los emprendedores comerciales, lo que explicaría su tendencia a formar parte de hogares con más miembros. En el capítulo seis exploraremos en mayor profundidad esta variable y su relación con el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea a fin de evaluar su posible inclusión en los modelos como variable de control.

4.1.5. Nivel de ingresos del hogar

El nivel de ingresos del hogar podría parecer una variable de importancia a la hora de hacer la descripción de quiénes son los emprendedores sociales en la Unión Europea a principios del siglo XXI. Cabría pensar a nivel intuitivo que son aquellos que pueden permitirse el lujo de pensar en los demás por estar en un entorno de mayores ingresos quienes lo harán con mayor probabilidad. Coherentemente con esa intuición, la tabla 4.9. nos muestra que del total de emprendedores sociales, el 57% procede del tercio de renta superior y sólo el 18% procede del tercio de renta inferior.

Tabla 4.9. El emprendimiento social en la Unión Europea por ingresos del hogar.

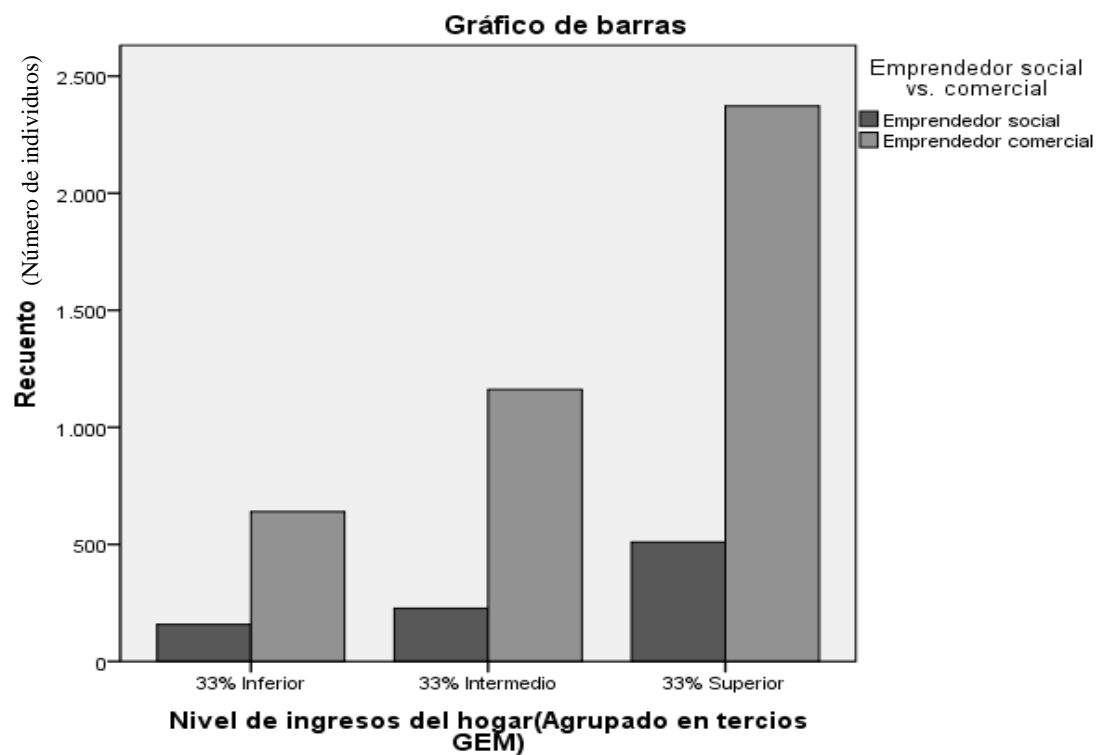
Tabla de contingencia Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)	33% Inferior	Recuento	158	640	798
		% dentro de Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)	20%	80%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	18%	15%	16%
	33% Intermedio	Recuento	227	1162	1389
		% dentro de Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)	16%	84%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	25%	28%	27%
	33% Superior	Recuento	510	2372	2882
		% dentro de Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)	18%	82%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	57%	57%	57%
Total	Recuento		895	4174	5069
	% dentro de Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)		18%	82%	100%
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Sin embargo vemos en el gráfico 4.5. que esta distribución es muy similar a la distribución de emprendedores comerciales por nivel de ingresos del hogar. Así pues, el nivel de ingresos del hogar no parece ser una variable significativa a la hora de diferenciar a los emprendedores sociales de los emprendedores comerciales en la Unión Europea. También los datos de la tabla 4.10 abundan en el hecho de que no hay una diferencia estadísticamente significativa en la distribución para distintos niveles de ingresos del hogar entre los emprendedores sociales y comerciales de la Unión Europea. Para todos los niveles de ingresos del hogar, el porcentaje del total de emprendedores en ese nivel de renta que es emprendedor social es similar (entre el 16% y el 20%).

Gráfico 4.5. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por nivel de ingresos del hogar.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.10. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por ingresos.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,173	2	,124
Razón de verosimilitudes	4,131	2	,127
Asociación lineal por lineal	,000	1	,986
N de casos válidos	5069		

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,029	,124
	V de Cramer	,029	,124
	Coefficiente de contingencia	,029	,124
N de casos válidos		5069	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

A la luz de los datos podemos concluir que la intuición inicial de que emprenderán con fines sociales aquellos que proceden de un entorno económico privilegiado por poderse permitir pensar en los demás no se confirma. Parece que el nivel de ingresos del hogar se puede asociar con una mayor probabilidad de que alguien asuma el riesgo de emprender, pero no está relacionado con el hecho de que, una vez decide emprender, lo haga con fines meramente comerciales o con fines sociales. En el capítulo seis exploraremos en mayor profundidad esta variable y su potencial relación con el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea.

4.1.6. Situación profesional

De los distintos grupos según su situación profesional, son los estudiantes los que, cuando emprenden, tienden a hacerlo con más frecuencia como emprendedores sociales. De hecho, podemos ver en la tabla 4.11. que hasta el 76% de los estudiantes emprendedores en la Unión Europea son emprendedores sociales. En el otro extremo está el grupo de aquellos que se definen como auto empleados, entre los que sólo el 3% de los emprendedores son emprendedores sociales. Sin embargo, este último grupo constituye el 11% del total de emprendedores sociales de la Unión Europea en términos absolutos, sólo superados por los empleados a tiempo parcial (12%) y por el grupo que más aporta al total de emprendedores sociales, que son los que se definen a sí mismos como empleados a tiempo completo (51%).

Tabla 4.11. El emprendimiento social en la Unión Europea por situación profesional.

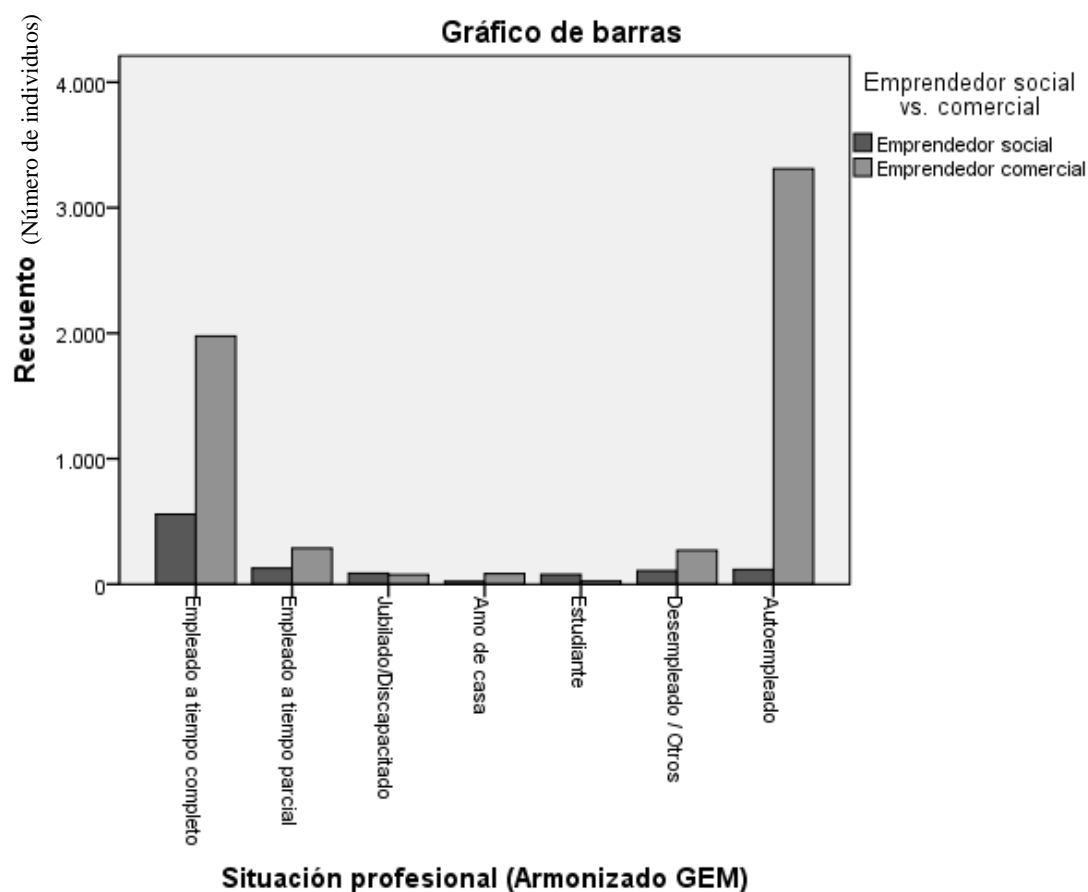
Tabla de contingencia Situación profesional (Armonizado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

Situación profesional (Armonizado GEM)	Emprendedor social vs. comercial			Total	
		Emprendedor social	Emprendedor comercial		
	Empleado a tiempo completo	Recuento	557	1977	2534
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	22%	78%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	51%	33%	36%
	Empleado a tiempo parcial	Recuento	128	286	414
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	31%	69%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	12%	5%	6%
	Jubilado/Disca pacitado	Recuento	88	76	164
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	54%	46%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	8%	1%	2%
	Amo de casa	Recuento	23	83	106
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	22%	78%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	2%	1%	1%
	Estudiante	Recuento	77	24	101
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	76%	24%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	7%	0%	1%
	Desempleado / Otros	Recuento	107	270	377
		% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	28%	72%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	10%	4%	5%
Auto empleado	Recuento	117	3309	3426	
	% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	3%	97%	100%	
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial	11%	55%	48%	
Total					
	Recuento	1097	6025	7122	
	% dentro de Situación profesional (Armonizado GEM)	15%	85%	100%	
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta distribución es diferente de la de los emprendedores comerciales, como observamos en el gráfico 4.6., entre los que los auto empleados son los que aportan el mayor número de emprendedores comerciales al total y los estudiantes los que menos. Los datos de la tabla 4.12 nos muestran que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función de la situación profesional sí es estadísticamente significativa.

Gráfico 4.6. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por situación profesional.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.12. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por situación profesional.

Pruebas de chi-cuadrado Situación profesional (Armonizado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1061,483	6	,000
Razón de verosimilitudes	1020,436	6	,000
Asociación lineal por lineal	425,167	1	,000
N de casos válidos	7122		

Medidas simétricas Situación profesional (Armonizado GEM) * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,386	,000
	V de Cramer	,386	,000
	Coefficiente de contingencia	,360	,000
N de casos válidos		7122	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Estos resultados son coherentes con los resultados obtenidos al analizar a los emprendedores sociales y comerciales de la Unión Europea por edad. De nuevo, es un dato a considerar más adelante en nuestro análisis porque la literatura sobre tecnología en el emprendimiento indica que son aquellos con mayor experiencia profesional quienes con más éxito aplican la tecnología en sus empresas. Existe la posibilidad de que la menor experiencia profesional de los emprendedores sociales de la Unión Europea, por su menor edad, esté menoscabando su capacidad para movilizar contactos y redes a la manera que recomienda la literatura. En el capítulo seis exploraremos en mayor profundidad esta variable y su relación con el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea a fin de evaluar su posible inclusión en los modelos como variable de control.

4.1.7. Nivel educativo

Del total de emprendedores de la Unión Europea, hay un porcentaje mayor de emprendedores sociales entre aquellos con Educación Superior (18%), como observamos en la tabla 4.13. Sin embargo, entre los que tienen educación primaria o anterior sólo el 7% del total de emprendedores son emprendedores sociales. Además, la mayoría de emprendedores sociales en la Unión Europea tienen educación superior (un 54%) y sólo un 2% de ellos tiene educación primaria o anterior.

Tabla 4.13. El emprendimiento social en la Unión Europea por nivel educativo.

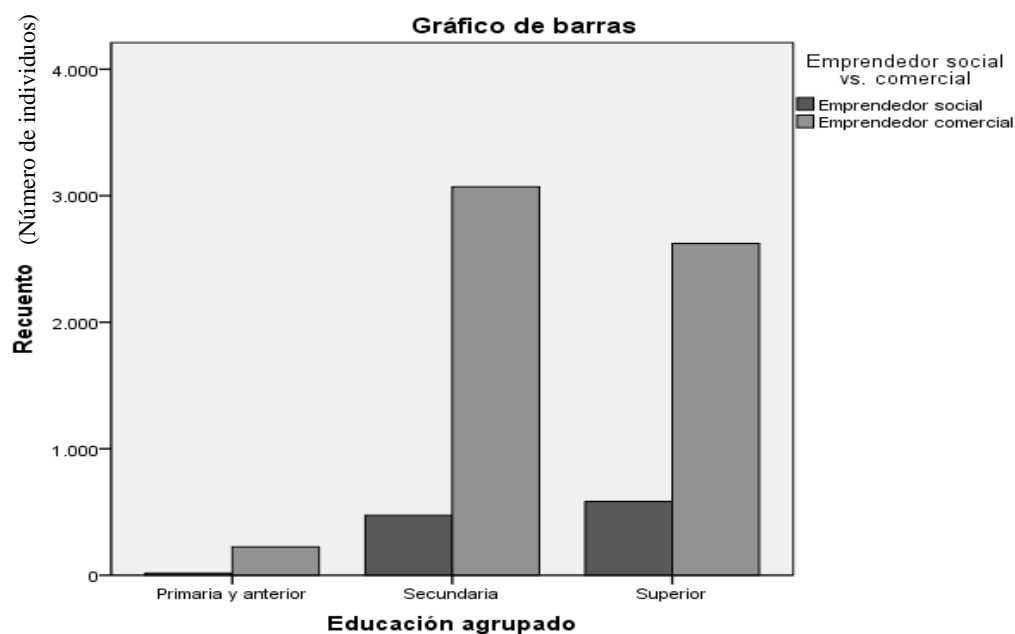
Tabla de contingencia Educación agrupado * Emprendedor social vs. comercial

			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Educación agrupado	Primaria y anterior	Recuento	17	224	241
		% dentro de Educación agrupado	7%	93%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	2%	4%	3%
	Secundaria	Recuento	474	3071	3545
		% dentro de Educación agrupado	13%	87%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	44%	52%	51%
	Superior	Recuento	584	2623	3207
		% dentro de Educación agrupado	18%	82%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	54%	44%	46%
Total		Recuento	1075	5918	6993
		% dentro de Educación agrupado	15%	85%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Este patrón es similar al de los emprendedores comerciales aunque la correlación entre mayor nivel educativo y mayor propensión a ser emprendedor social es más intensa que para el caso de los emprendedores comerciales, entre los que vemos en el gráfico 4.7. que el mayor porcentaje está en personas con educación secundaria. La tabla 4.14. muestra que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función del nivel educativo sí es estadísticamente significativa. Estas conclusiones son coherentes con las de Tejersen et al (2009), que destacan que también a nivel global las personas con mayor nivel educativo tienden a involucrarse en el emprendimiento social con mayor frecuencia.

Gráfico 4.7. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por nivel educativo.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.14. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por nivel educativo.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,586	2	,000
Razón de verosimilitudes	45,789	2	,000
Asociación lineal por lineal	43,280	1	,000
N de casos válidos	6993		

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,079	,000
	V de Cramer	,079	,000
	Coeficiente de contingencia	,079	,000
N de casos válidos		6993	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

La literatura indica, como se discutió en el capítulo dos, que los emprendedores tecnológicos que tienen un desempeño mejor tienden a ser aquellos con mayor nivel educativo. Así pues, aunque existe la posibilidad de que los emprendedores sociales de la Unión Europea se estén viendo perjudicados en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías como recurso

por su menor edad, su mayor nivel educativo podría compensar este hecho. No obstante, en el capítulo seis exploraremos la relación entre nuevas tecnologías y nivel educativo para los emprendedores sociales de la Unión Europea en mayor detalle, desagregando más el nivel educativo. Es una variable identificada como muy relevante en la literatura y por tanto debemos analizarla con cuidado para valorar con rigor su posible inclusión en los modelos como variable de control.

En resumen, los emprendedores sociales de la Unión Europea tienden a ser más jóvenes que los emprendedores comerciales, por lo que viven en hogares con más miembros, y tienen menos experiencia profesional que estos últimos. Sin embargo, parecen tener un nivel educativo mayor que los emprendedores comerciales, lo que podría compensar los efectos negativos que, según la literatura, la menor edad y experiencia podrían tener sobre su capacidad para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. El hecho de que la distribución de emprendedores sociales y comerciales en distintos países de la Unión Europea sea distinta es interesante a nivel de políticas de promoción del emprendimiento social, pero no lo es tanto para esta investigación, que es a nivel regional. También la diferencia en la participación de mujeres en el emprendimiento social puede ser relevante a nivel de políticas de género pero, salvo que más adelante en este estudio encontremos relación estadística entre el género y el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales y teniendo en cuenta que la literatura no destaca este aspecto, no parece por ahora que vaya a ser relevante en este análisis. Finalmente, el nivel de ingresos del hogar en este punto del estudio no parece que resulte relevante, ni tampoco es un factor que haya destacado la literatura.

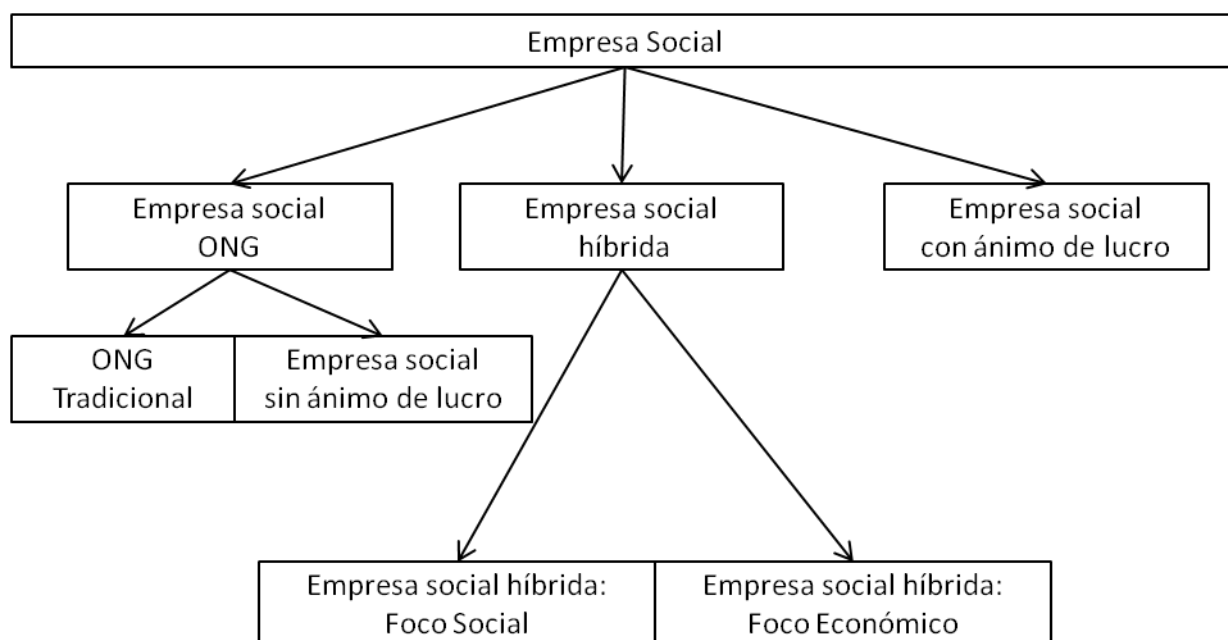
4.2. Descripción de categorías y subcategorías de emprendedor social

Como ya quedó explicado en el capítulo uno y en el capítulo tres, se seguirá la metodología de definición desarrollada por Lepoutre, Justo, Terjesen y Bosma (2013). Estos autores establecen inicialmente una definición muy amplia de emprendimiento social. Como se expone en la figura 4.1., la definición amplia del emprendimiento social que plantean se basa en el criterio de que tengan una misión social central, tanto si es explícita como si es implícita. A la hora de definir categorías y subcategorías de emprendedor social, introducen elementos de innovación y generación de ingresos por vía de mercado. Según las distintas combinaciones de los tres elementos (misión social, innovación,

generación de ingresos de mercado), Lepoutre et al. (2013) clasifican las empresas sociales en tres categorías:

- Empresa social ONG: Una organización sin ánimo de lucro, que tiene una misión social explícita y genera menos de un 5% de sus ingresos por vía de mercado. En esta categoría entrarían tanto las ONG tradicionales, si no son innovadoras, como los proyectos sociales innovadores que se financian aún por vías tradicionales como subvenciones públicas o donaciones.
- Empresa social híbrida: Una organización con una misión social explícita que depende al menos en un 5% de mecanismos de mercado para obtener ingresos necesarios para mantenerse o que se identifican a sí mismas a la vez como empresa social y como empresa en general. Dentro de esta categoría distinguen a su vez entre aquellas en las que el objetivo económico es más importante que el social o ambiental y aquellas en las que el objetivo social o ambiental es más importante que el económico.
- Empresa social con ánimo de lucro: Son organizaciones que no necesariamente tienen una misión social explícita pero en las que los objetivos sociales o ambientales son al menos el doble de importantes que los objetivos económicos. Dependen íntegramente de ingresos de mercado para financiarse.

Figura 4.1. Categorías y subcategorías de emprendedor social.



Fuente: Adaptado de Lepoutre et al. (2013)

Estas categorías y subcategorías comprenden la extensa diversidad de organizaciones que caen bajo la definición amplia de empresa social. Dadas las evidentes diferencias sistemáticas que hay entre ellas por la distinta naturaleza de cada categoría, es importante comprender cómo se distribuyen los emprendedores sociales de la Unión Europea a principios del siglo XXI en cada una de las categorías y subcategorías. Del total de emprendedores sociales de la Unión Europea a principios del siglo XXI, el 44% son emprendedores sociales ONG, el 43% son emprendedores sociales híbridos y sólo el 14% son emprendedores sociales con ánimo de lucro, como se observa en la tabla 4.15. Si consideramos las subcategorías, las más frecuentes en la Unión Europea son los emprendedores sociales sin ánimo de lucro (32% del total de emprendedores sociales) y los emprendedores sociales híbridos orientados a objetivos sociales (27% del total de emprendedores sociales). En el otro extremo, las ONG tradicionales constituyen apenas el 12% de las empresas sociales en la Unión Europea.

Tabla 4.15. El emprendimiento social en la Unión Europea por categorías y subcategorías.

Tabla de contingencia Categorías y sub categorías de emprendedores sociales

Emprendedor social categorías	Emprendedor social ONG	Recuento	483
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	44%
	Emprendedor social ONG tradicional	Recuento	128
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	12%
	Emprendedor social sin ánimo de lucro	Recuento	355
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	32%
	Emprendedor social híbrido	Recuento	469
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	43%
	Emprendedor social híbrido orientado a objetivos sociales	Recuento	298
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	27%
	Emprendedor social híbrido orientado a objetivos Económicos	Recuento	171
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	16%
	Emprendedor social con ánimo de lucro	Recuento	150
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	14%
	Total	Recuento	1102
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En los datos podemos observar cómo, descartadas la ONG tradicionales, a medida que el porcentaje de ingresos generados por vía de mercado aumenta el porcentaje de emprendedores sociales de la Unión Europea en cada categoría va reduciéndose. Así, los emprendedores con ánimo de lucro son menos que los híbridos orientados a objetivos económicos, que a su vez son menos que los híbridos orientados a objetivos sociales y éstos de nuevo son menos que los emprendedores sociales sin ánimo de lucro. Es un hallazgo coherente con la historia del emprendimiento social en la Unión Europea expuesta en el capítulo tres. La Unión Europea tiene una larga tradición de emprendimiento social vinculado al impacto social y generación de empleo, sin un foco relevante en la generación de ingresos por vía de mercado. No es hasta inicios del siglo XXI que la generación de ingresos por vía de mercado se convierte en un rasgo relevante para el emprendimiento social europeo. Es coherente por tanto que en 2008 (año de realización de las encuestas) los emprendedores sociales se hayan ido incorporando a la tendencia a generar ingresos de mercado poco a poco, pero aún sin mucha intensidad.

4.3. Descripción en función de uso de tecnología y su novedad, innovación y desempeño

En esta sección se analizan los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de variables clave para la definición y contrastación de las hipótesis de esta investigación: novedad de la tecnología que utilizan, innovación y desempeño (medido en como exportaciones y número de trabajadores). Es importante comprender la distribución de los emprendedores sociales en función de estas variables así como las diferencias entre la distribución de emprendedores sociales y comerciales en las mismas, de haberlas.

4.3.1. Novedad de la tecnología

Según los datos expuestos en la tabla 4.16., la mayoría de emprendedores sociales de la Unión Europea usan tecnologías de hace más de cinco años (61%). Por tanto, a la inversa, el 39% de los emprendedores sociales de la Unión Europea usan tecnologías de menos de cinco años. Sin embargo al mirar en detalle podemos observar que un 12% de los emprendedores de la Unión Europea que usan tecnologías de hace menos de cinco años son emprendedores sociales mientras que de los emprendedores que usan tecnologías de hace más de cinco años sólo son emprendedores sociales en un 5%.

Tabla 4.16. El emprendimiento social en la Unión Europea por novedad de la tecnología.

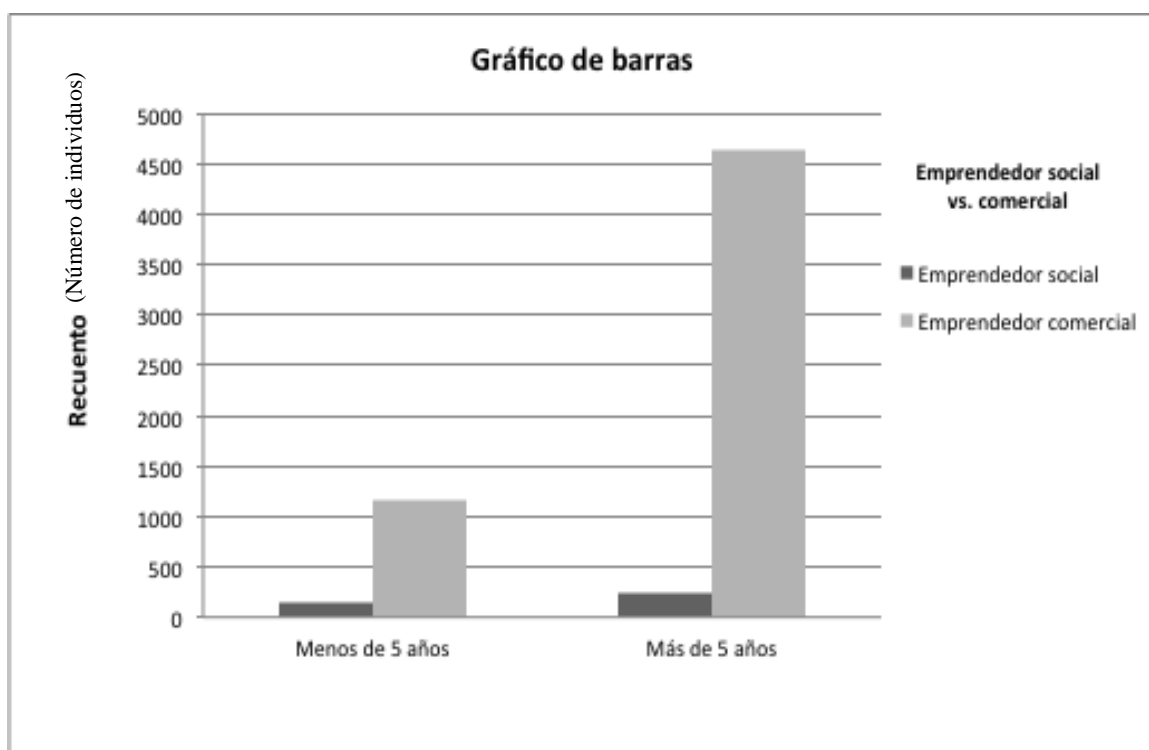
Tabla de contingencia Novedad de la tecnología (2 tipos) * Emprendedor social vs. Comercial

			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Novedad de la tecnología (2 tipos)	Menos de 5 años	Recuento	157	1169	1326
		% dentro de Novedad de la tecnología (2 tipos)	12%	88%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	39%	20%	21%
	Más de 5 años	Recuento	245	4646	4891
		% dentro de Novedad de la tecnología (2 tipos)	5%	95%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	61%	80%	79%
Total			402	5815	6217
			6%	94%	100%
			100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Concluimos que en la Unión Europea a principios del siglo XXI los emprendedores sociales tienden a usar tecnologías más nuevas que los emprendedores comerciales. El porcentaje de emprendedores sociales que usa tecnologías de menos de cinco años (39%) es muy superior al de los emprendedores comerciales, entre los que sólo el 20% usa tecnologías de menos de cinco años, como se observa en el gráfico 4.8. Los indicadores expuestos en la tabla 4.17 demuestran que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que utilizan sí es estadísticamente significativa.

Gráfico 4.8. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por novedad de la tecnología.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.17. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por novedad de la tecnología.

Pruebas de chi-cuadrado Novedad de la tecnología (2 tipos) * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	80,483	1	,000		
Corrección por continuidad	79,358	1	,000		
Razón de verosimilitudes	70,124	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	80,470	1	,000		
N de casos válidos	6217				

Medidas simétricas Novedad de la tecnología (2 tipos) * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,114	,000
	V de Cramer	,114	,000
	Coeficiente de contingencia	,113	,000
N de casos válidos		6217	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Este dato es especialmente relevante porque apunta a que la relación entre el emprendimiento social y la novedad de la tecnología podría ser más intensa que la relación entre el emprendimiento comercial y la novedad de la tecnología. Profundizar en la comprensión de la relación entre el emprendimiento social y las nuevas tecnologías es una contribución importante a la literatura. Esto, sumado al hecho, ya establecido, de que las condiciones necesarias para promover el emprendimiento social son diferentes de las necesarias para promover el emprendimiento comercial (a la luz de su diferencia de distribución por países), permite concluir que las conclusiones de este estudio pueden tener gran relevancia tanto para los propios emprendedores sociales como para aquellos interesados en promover el emprendimiento social por sus positivos efectos sobre la resolución de problemas sociales persistentes.

4.3.2. Innovación

Una de las hipótesis que se plantea el presente estudio es que los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías son más innovadores que aquellos que usan tecnologías antiguas. Empezaremos por analizar si hay diferencias entre los emprendedores sociales y los emprendedores comerciales de la Unión Europea en cuanto a si son innovadores o no (en general, no sólo en aspectos no vinculados con la tecnología). En la tabla 4.18. podemos ver que la gran mayoría de los emprendedores sociales de la Unión Europea son innovadores. El porcentaje de emprendedores sociales innovadores del total de emprendedores sociales en la Unión Europea es del 81%.

Tabla 4.18. El emprendimiento social en la Unión Europea por innovación.

Tabla de contingencia Innovación * Emprendedor social vs. Comercial

Innovación	Emprendedor social vs. comercial			Total	
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
	Innovador	Recuento	813	2495	3308
		% dentro de Innovación	25%	75%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	81%	42%	47%
	No es innovador	Recuento	190	3509	3699
		% dentro de Innovación	5%	95%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	19%	58%	53%
	Total	Recuento	1003	6004	7007
		% dentro de Innovación	14%	86%	100%
% dentro de Emprendedor social vs. comercial		100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Continuamos el análisis acotándolo para los emprendedores, tanto sociales como comerciales, que son innovadores en aspectos no vinculados con la tecnología. Al limitar la innovación a innovación no tecnológica podemos ver que la proporción de emprendedores sociales de la Unión Europea que son innovadores es similar en el caso de innovación no vinculada con la tecnología. Según los datos de la tabla 4.19., el 78% de los emprendedores sociales de la Unión Europea son innovadores en factores no achacables a la novedad de la tecnología.

Tabla 4.19. El emprendimiento social en la Unión Europea por innovación no tecnológica.

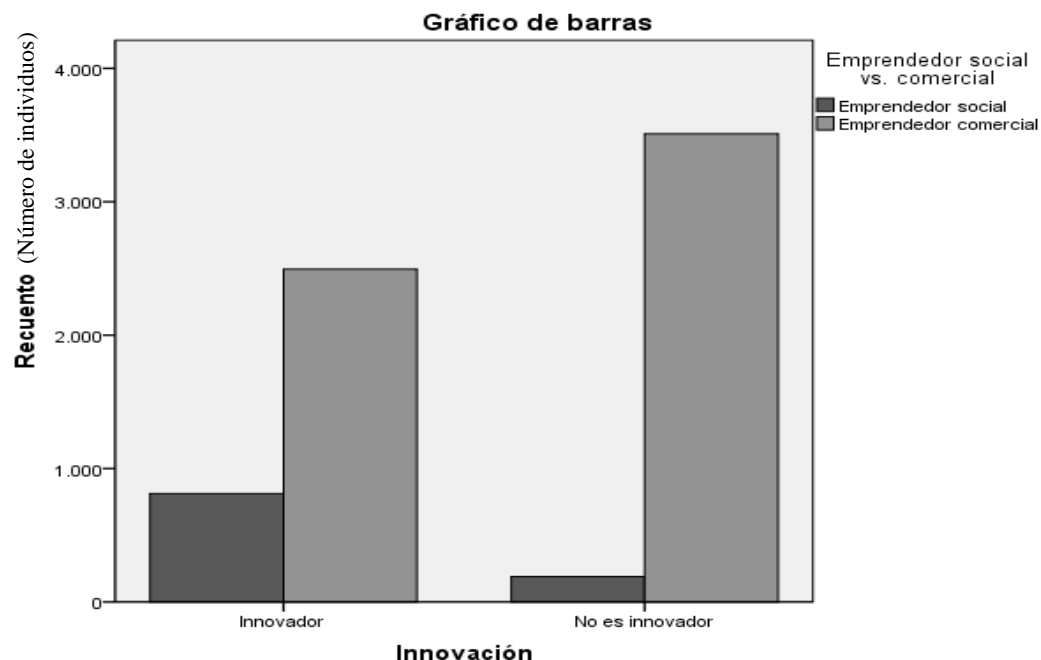
Tabla de contingencia Innovación en aspectos no tecnológicos * Emprendedor social vs. Comercial

			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	771	2320	3091
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	25%	75%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	78%	39%	45%
	No es Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	215	3599	3814
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	6%	94%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	22%	61%	55%
Total		Recuento	986	5919	6905
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	14%	86%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Pero, ¿existen diferencias entre los emprendedores sociales y comerciales en cuanto a si son innovadores tanto en general como en aspectos no tecnológicos? Los datos del gráfico 4.9. nos muestran que emprendedores sociales en la Unión Europea son más innovadores que los emprendedores comerciales. Del total de emprendedores innovadores identificados a comienzos del siglo XXI en la Unión Europea, el 25% son emprendedores sociales frente a un 75% de ellos que son emprendedores comerciales. De los emprendedores no innovadores de la Unión Europea, sólo el 5% son emprendedores sociales. De hecho, frente al altísimo porcentaje de emprendedores sociales que como hemos mencionado arriba son innovadores (81% del total de emprendedores sociales), entre los emprendedores comerciales sólo el 42% son innovadores, casi la mitad que para los emprendedores sociales.

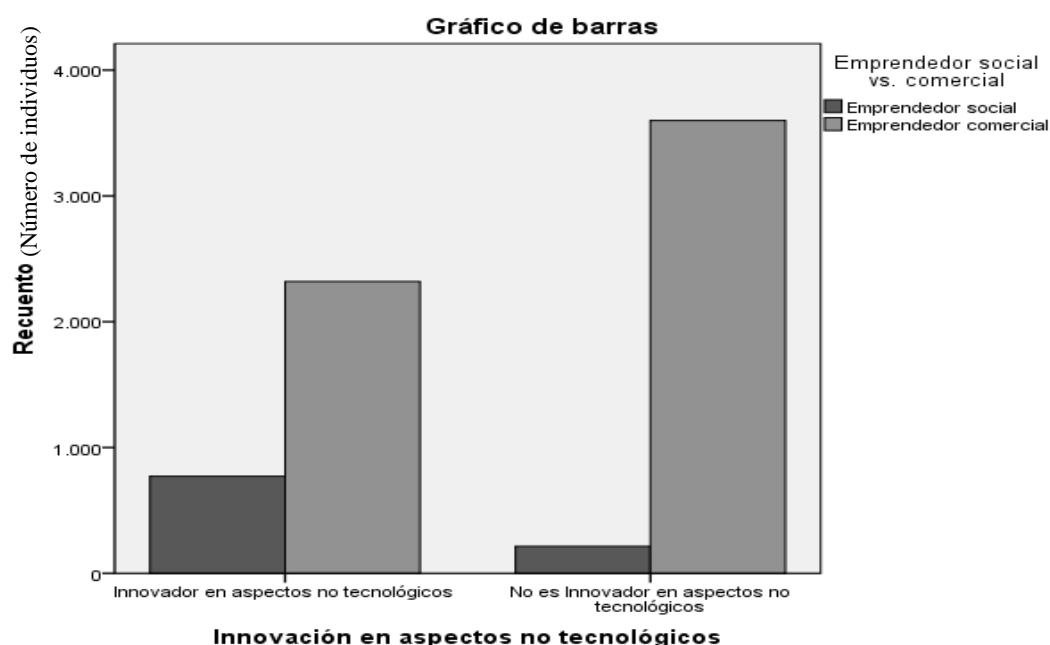
Gráfico 4.9. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por innovación



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

A continuación nos planteamos la misma pregunta para el caso de la innovación no tecnológica: ¿Tienden los emprendedores sociales de la Unión Europea a ser más innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología que los emprendedores comerciales? Las diferencias entre emprendedores sociales y emprendedores comerciales son similares en cuanto a la innovación no tecnológica, como podemos observar en el gráfico 4.10. También en el caso de innovaciones no relacionadas con la tecnología los datos muestran que los emprendedores sociales en la Unión Europea son más innovadores que los emprendedores comerciales (78% de emprendedores sociales innovadores en aspectos no tecnológicos vs. un 39% entre los emprendedores comerciales).

Gráfico 4.10. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por innovación no tecnológica.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Estas conclusiones son extrapolables a la población total de emprendedores, sociales y comerciales, de la Unión Europea. Lo sabemos basándonos en los datos de las tabla 4.20. y 4.21. La tabla 4.20 presenta indicadores que demuestran que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función de la innovación en general sí es estadísticamente significativa. En la tabla 4.21. vemos que la diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica también es estadísticamente significativa.

Tabla 4.20. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por innovación.

Pruebas de chi-cuadrado Innovación * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	538,077	1	,000		
Corrección por continuidad	536,493	1	,000		
Razón de verosimilitudes	566,991	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	538,000	1	,000		
N de casos válidos	7007				

Medidas simétricas Innovación * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,277	,000
	V de Cramer	,277	,000
	Coeficiente de contingencia	,267	,000
N de casos válidos		7007	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.21. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por innovación no tecnológica.

Pruebas de chi-cuadrado Innovación en aspectos no tecnológicos * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	519,893	1	,000		
Corrección por continuidad	518,317	1	,000		
Razón de verosimilitudes	535,427	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	519,818	1	,000		
N de casos válidos	6905				

Medidas simétricas Innovación en aspectos no tecnológicos * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,274	,000
	V de Cramer	,274	,000
	Coeficiente de contingencia	,265	,000
N de casos válidos		6905	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Similar a lo observado en el caso del uso de nuevas tecnologías, encontramos datos que apuntan a que la relación entre el emprendimiento social y la innovación podría ser más intensa que la relación entre el emprendimiento comercial y la innovación. Las nuevas tecnologías se muestran en la literatura como un recurso asociado a la innovación. La teoría de la dependencia de recursos, unida con la revisión de la literatura, indica que es razonable pensar que el uso de nuevas tecnologías ayude a las empresas sociales en su desempeño, entre cuyos factores característicos está la

innovación. Así pues, analizar el papel de las nuevas tecnologías en la mayor innovación en aspectos no tecnológicos de los emprendedores sociales es una contribución importante a profundizar nuestra comprensión del fenómeno del emprendimiento social.

4.3.3. Exportación

Otra de las hipótesis que plantea el presente estudio es que los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellos que usan tecnologías antiguas. Esta hipótesis se contrasta a través de dos variables: Exportaciones y número de trabajadores. En cuanto a las exportaciones, los datos nos muestran que sólo una minoría de emprendedores sociales en la Unión Europea exporta sus productos o servicios. La inmensa mayoría (más del 90%) no tiene clientes fuera de su país, tal y como observamos en la tabla 4.22.

Tabla 4.22. El emprendimiento social en la Unión Europea por exportación.

Tabla de contingencia Tiene clientes que viven fuera del país * Emprendedor social vs. Comercial

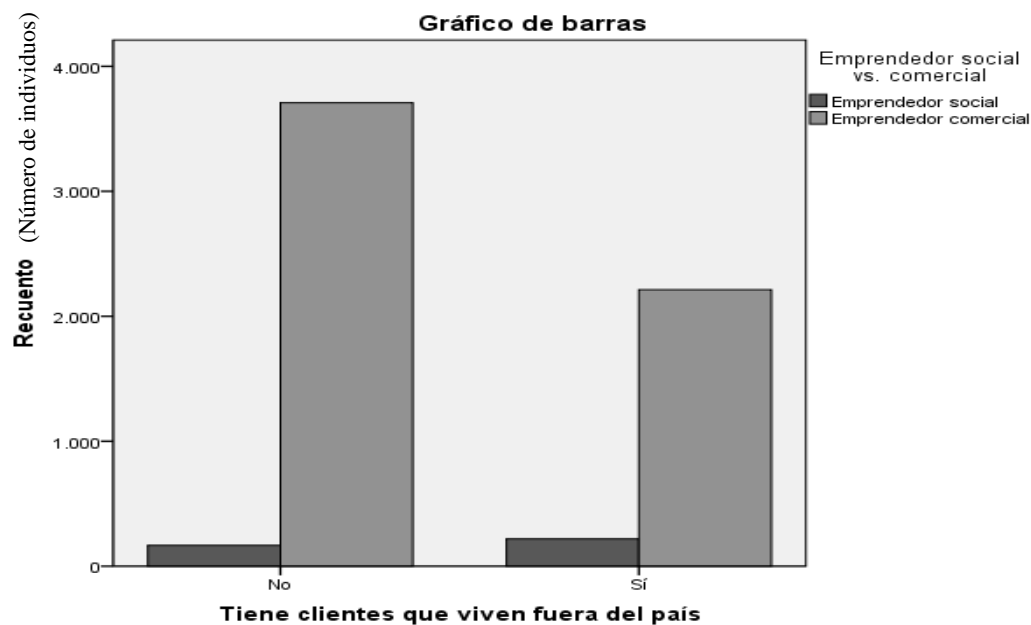
			Emprendedor social vs. comercial		Total
			Emprendedor social	Emprendedor comercial	
Tiene clientes que viven fuera del país	No	Recuento	167	3708	3875
		% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país	4%	96%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	43%	63%	61%
	Sí	Recuento	218	2213	2431
		% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país	9%	91%	100%
		% dentro de Emprendedor social vs. comercial	57%	37%	39%
Total	Recuento		385	5921	6306
	% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país		6%	94%	100%
	% dentro de Emprendedor social vs. comercial		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

El comportamiento de los emprendedores sociales y comerciales en cuanto a su tendencia a tener clientes en países distintos del suyo sigue patrones similares aunque la intensidad de las mismas difiere. Los emprendedores sociales tienden a tener clientes fuera de su país con más frecuencia que los emprendedores comerciales. El gráfico 4.11. muestra que el 57% de los emprendedores sociales de la Unión Europea tiene clientes fuera de su país frente al 37% de los emprendedores comerciales que tienen clientes fuera de su país. Según los indicadores mostrados en la tabla 4.23., la

diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea en función de si tienen o no clientes fuera de su país sí es estadísticamente significativa.

Gráfico 4.11. Distribución de los emprendedores sociales vs. emprendedores comerciales por exportación.



Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.23. Test de igualdad en la distribución entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por exportación.

Pruebas de chi-cuadrado Tiene clientes que viven fuera del país * Emprendedor social vs. Comercial

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	56,536	1	,000		
Corrección por continuidad	55,726	1	,000		
Razón de verosimilitudes	54,756	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	56,527	1	,000		
N de casos válidos	6306				

Medidas simétricas Tiene clientes que viven fuera del país * Emprendedor social vs. Comercial

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	-,095	,000
	V de Cramer	,095	,000
	Coefficiente de contingencia	,094	,000
N de casos válidos		6306	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Concluimos por tanto que la relación entre los emprendedores sociales de la Unión Europea y las exportaciones podría ser diferente de la relación que tienen con las exportaciones los emprendedores comerciales. La literatura habla de la avidez con que los emprendedores sociales buscan tener el mayor impacto social posible. Esto podría explicar que pongan los medios necesarios para ampliar su impacto fuera de sus fronteras. ¿Tiene relación el hecho de que usen nuevas tecnologías con más frecuencia que los emprendedores comerciales con el hecho de que tiendan más a tener clientes fuera de su país? Los datos analizados hasta ahora nos indican que es una pregunta relevante. Contestarla ayudará a ampliar el conocimiento existente sobre el emprendimiento social en la Unión Europea.

4.3.4. Número de trabajadores

La otra variable con la que se contrastará la hipótesis de que los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellos que usan tecnologías antiguas es el número de trabajadores. Observamos en los datos de la tabla 4.24. que los emprendedores sociales de la Unión Europea tienen en sus empresas más trabajadores que los emprendedores comerciales de la Unión Europea. La diferencia en el número de trabajadores entre emprendedores sociales y emprendedores comerciales en la Unión Europea es significativa estadísticamente, como muestran los indicadores de la tabla 4.25. Esta realidad es coherente con el hecho de que muchas empresas sociales, especialmente en Europa (como ya vimos en el capítulo tres) se fundaron específicamente para crear empleo.

Tabla 4.24. El emprendimiento social en la Unión Europea por número de trabajadores.

Estadísticos de grupo					
	Emprendedor social vs. Comercial	N	Media	Desviación típ.	Error típ. De la media
Número de trabajadores no dueños	Emprendedor social	697	6,8283	8,33227	,31561
	Emprendedor comercial	5183	2,2052	4,45332	,06186

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Tabla 4.25. Test de igualdad de medias entre emprendedor social y comercial en la Unión Europea por número de trabajadores.

Prueba de muestras independientes								
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias				
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Número de trabajadores no dueños	Se han asumido varianzas iguales	456,24	,000	22,60	5878	,000	4,62303	,20454
	No se han asumido varianzas iguales			14,38	750,3	,000	4,62303	,32161

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Los emprendedores sociales de la Unión Europea cuyo fin principal es la generación de empleo no tienen incentivos a mejorar su eficiencia reduciendo trabajadores sino a invertir en ampliar su actividad contratando el mayor número de trabajadores posible. Por otra parte, sabemos que una parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea están intensamente expuestos a fuerzas de mercado y no tienen la generación de empleo como objetivo, por lo que podrían usar las mejoras en eficiencia que aportan las nuevas tecnologías para aligerar sus costes en recursos humanos. Si las nuevas tecnologías son un recurso relevante para ellos, que les ayuda a ser más independientes de su entorno (siguiendo la teoría de la dependencia de recursos) y por tanto les ayuda a impulsar sus objetivos, los efectos de su uso podrían ser mixtos para el conjunto de emprendedores sociales. Deberíamos observar que los emprendedores sociales cuyo objetivo es la generación de empleo y usan nuevas tecnologías tienen un número de trabajadores mayor que aquellos que usan tecnologías más antiguas y que aquellos cuyos objetivos son otros podrían de hecho tener un número menor de empleados cuando usan nuevas tecnologías.

En esta sección hemos analizado a los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su relación con variables clave para investigación como son novedad de la tecnología que utilizan, innovación y desempeño (medido en como exportaciones y número de trabajadores). Además, lo hemos comparado con la relación que con ellas tienen los emprendedores comerciales de la Unión Europea. No hemos realizado este análisis para la variable generación de ingresos de mercado, sobre la que se construye la contrastación de la tercera de las hipótesis del presente estudio, porque sabemos por la propia definición de emprendedor comercial y social que esta será diferente.

Concluimos que para todas ellas los emprendedores sociales de la Unión Europea tienen una relación diferente y de mayor intensidad que los emprendedores comerciales de la Unión Europea. El estudio estadístico de nuestra unidad de análisis confirma lo que ya apuntaba la literatura: Analizar cómo el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales les ayuda a avanzar en innovación no tecnológica, desempeño no económico y generación de ingresos de mercado nos ayudará a profundizar de forma relevante en nuestra comprensión del fenómeno del emprendimiento social.

En resumen, se observa que los emprendedores sociales de la Unión Europea tienden a ser más jóvenes que los emprendedores comerciales y tienen menos experiencia profesional que estos últimos. Sin embargo, parecen tener un nivel educativo mayor, lo que podría compensar los efectos negativos que, según la literatura, la menor edad y experiencia podrían tener sobre su capacidad para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. En cuanto a su distribución por categorías de emprendedor social, se observa que a inicios del siglo XXI los emprendedores sociales se han ido incorporando a la tendencia a generar ingresos de mercado poco a poco, pero aún sin mucha intensidad. Por último, hemos analizado a los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su relación con variables clave para investigación como son novedad de la tecnología que utilizan, innovación y desempeño (medido en como exportaciones y número de trabajadores). Concluimos que para todas ellas los emprendedores sociales de la Unión Europea tienen una relación diferente y de mayor intensidad que los emprendedores comerciales. Analizar cómo el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales en innovación no tecnológica, desempeño no económico y generación de ingresos de mercado nos ayudará a profundizar en nuestra comprensión del fenómeno del emprendimiento social.

***Tercera parte: Análisis empírico cuantitativo de la
relación entre emprendimiento social y nuevas
tecnologías en la Unión Europea (2000-2015)***

Este es un estudio cuantitativo que aplica un modelo de regresión lineal múltiple a los datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. El capítulo cinco ofrece una descripción técnica de las bases de datos secundarios sobre las que se basa el análisis así como de la metodología de contrastación de hipótesis. La adecuación de ambas a los objetivos del estudio es fundamental para destacar el rigor con que se ha llevado a cabo este esfuerzo de investigación y, por tanto, hacer más robustas las conclusiones que se deriven del análisis.

5.1. Adecuación de la base de datos al objeto de estudio

El objeto de estudio de este trabajo es el emprendimiento social de la Unión Europea entre el año 2000 y el año 2015. Como veremos en esta sección, este concepto queda bien capturado en la base de datos secundarios sobre la que se basa el análisis cuantitativo. El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) es una iniciativa global nacida en 1997 cuyo objetivo es hacer posible la comparación en la actividad emprendedora entre países. GEM publica informes globales cada año y hace informes especiales para países específicos o por temas concretos. El Informe sobre emprendimiento social es uno de estos informes especiales, publicado en 2009 con datos de 2008.

Cada año el GEM hace encuestas a más de 2.000 individuos en cada país, tanto cara a cara como telefónicas, en el idioma local. El proyecto investigador *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship* desarrolló una metodología para medir la prevalencia de la actividad de emprendimiento social en la población de 49 países. Para el informe publicado en 2009, se entrevistó a más de 150.000 individuos en 49 países. A partir de la información obtenida en estas encuestas se construyeron dos bases de datos, una de ellas a nivel individual y otra a nivel país. La información recogida se refiere tanto a la actividad emprendedora como a características demográficas, económicas y sociales de los individuos y características institucionales de los países.

De esa base de datos original se ha tomado la información para los países que formaban parte de la Unión Europea en 2008. Las variables que definen el objeto de análisis (emprendedor social así como cada una de las categorías y subcategorías) se han construido siguiendo estrictamente las definiciones del propio *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*, cuya adecuación a la literatura ya quedó establecida en el capítulo uno del presente estudio.

5.1.1. *Global Entrepreneurship Monitor Project*

El *Global Entrepreneurship Monitor Project* es una iniciativa surgida en 1997 con el objetivo de desarrollar medidas e indicadores de emprendimiento en todo el mundo que permitan comprender mejor este fenómeno (N. Bosma, Coduras, Litovsky y Seaman, 2012). Más concretamente, el *Global Entrepreneurship Monitor Project* persigue los siguientes tres objetivos:

Medir las diferencias en actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras de los individuos en la mayor cantidad posible de economías por todo el mundo.

Descubrir los factores que determinan la naturaleza y niveles de actividad emprendedora.

Identificar implicaciones a la hora de desarrollar políticas de promoción del emprendimiento en una economía. (N. Bosma et al., 2012, p. 7)

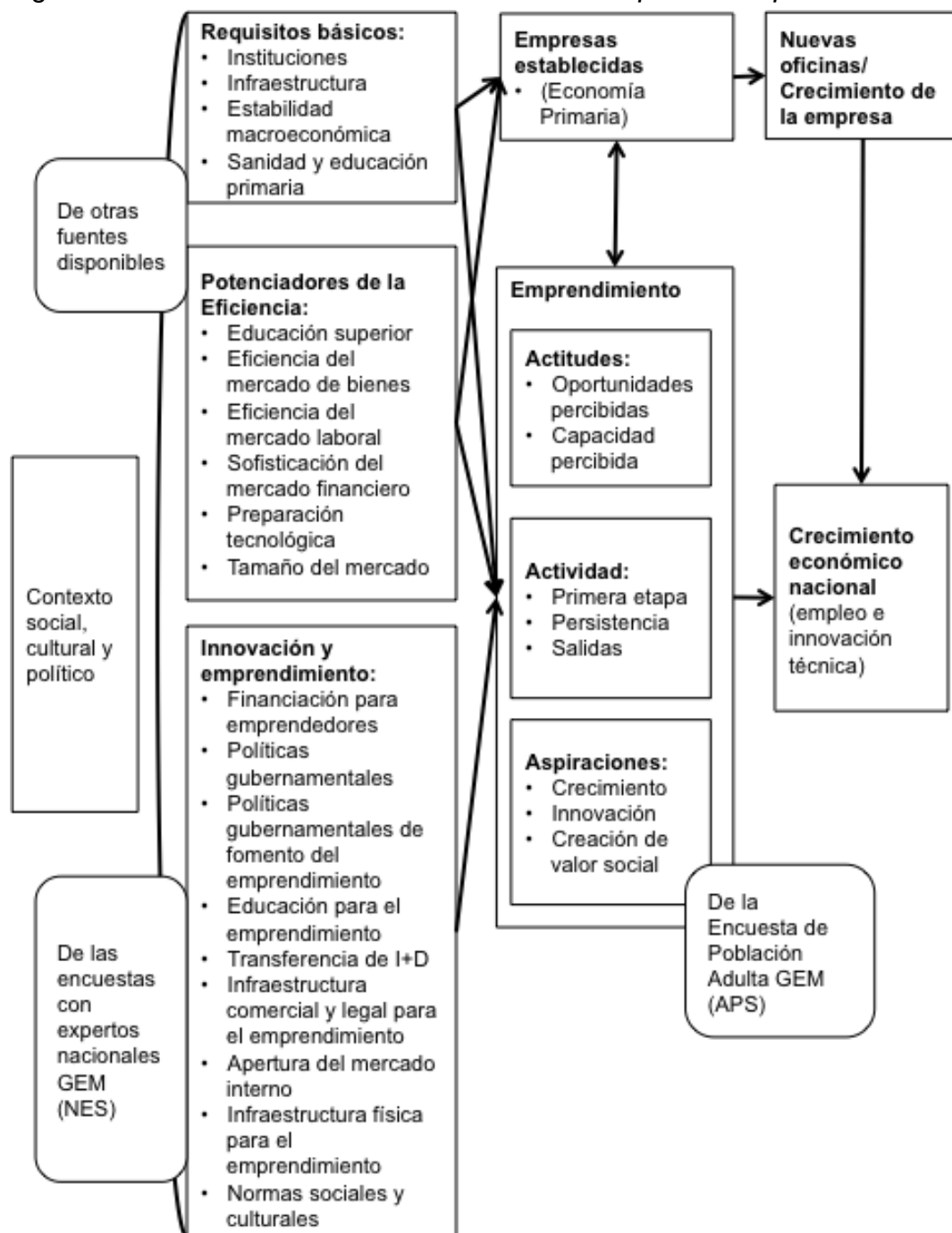
El proyecto fue promovido inicialmente por académicos de *London Business School* en Reino Unido y *Babson College* en Estados Unidos (N. Bosma et al., 2012). En el momento del lanzamiento del proyecto prácticamente no existían datos armonizados sobre emprendimiento que permitieran hacer estudios comparativos entre países (Paul Reynolds et al., 2005). El uso de los datos del *Global Entrepreneurship Monitor* junto con otras bases de datos internacionales como las generadas por el Grupo del Banco Mundial, Naciones Unidas o *World Economic Forum* permite analizar la relación entre el emprendimiento y variables tanto microeconómicas como macroeconómicas y hacer comparaciones entre países.

El modelo teórico sobre el que se basan los cuestionarios que dan lugar a las mencionadas encuestas considera tres componentes principales para el emprendimiento: Actitudes hacia el emprendimiento, actividad emprendedora y aspiraciones emprendedoras (N. S. Bosma y Levie, 2010). Además de estos tres componentes, el modelo se estructura en torno a las Condiciones del Marco del Emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions* en inglés), desarrolladas por el equipo investigador GEM. Estas condiciones “reflejan los aspectos clave del entorno socio económico de un país que se espera que tendrán un impacto significativo en el emprendimiento” (N. S. Bosma y Levie, 2010, p. 11). En esta línea, el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* publica cada año dos fuentes de datos primarios principales: La encuesta GEM de Población Adulta (APS en sus siglas en inglés) y la encuesta GEM de Expertos Nacionales (NES en sus siglas en inglés).

El modelo teórico del *Global Entrepreneurship Monitor* que se aplicó en el informe publicado en 2009, y por tanto el que se aplicó para la recogida de datos sobre los que se basa el presente estudio, considera a la hora de

determinar la contribución del emprendimiento al crecimiento económico nacional tanto elementos del contexto social, cultural y político que afectan al entorno del emprendedor (los divide en requisitos básicos, potenciadores de la eficiencia e innovación y emprendimiento), como elementos del propio emprendedor (actitudes, actividad y aspiraciones). El modelo se explica en detalle en la Figura 5.1.

Figura 5.1. Modelo Teórico *Global Entrepreneurship Monitor* 2009.



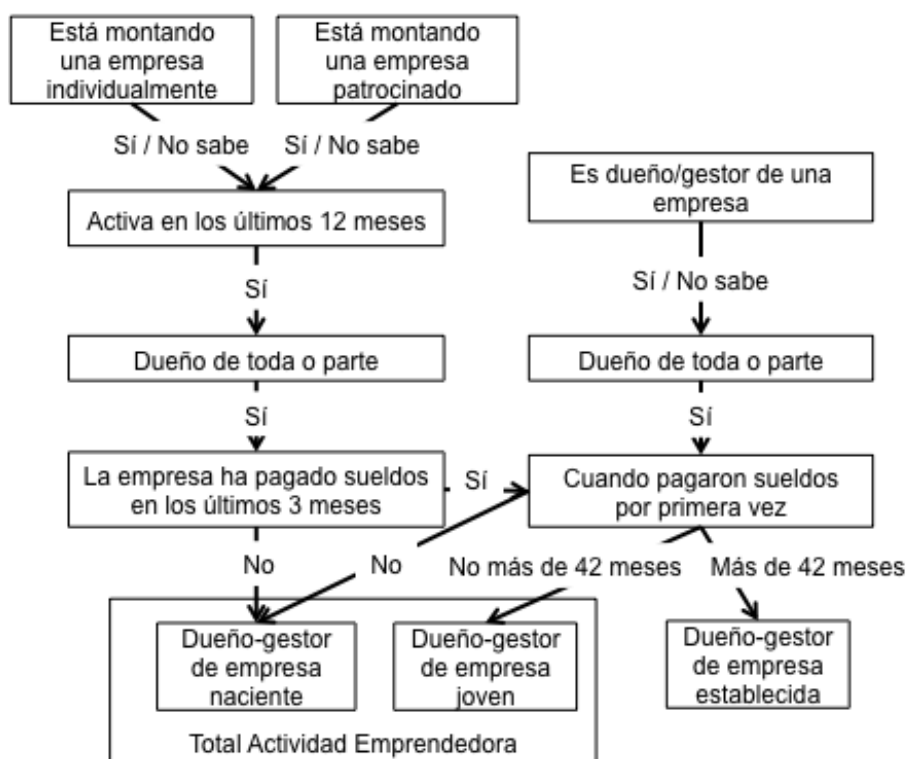
Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010, p. 12)

Uno de los principales rasgos distintivos de los indicadores de *Global Entrepreneurship Monitor* con respecto a otras fuentes de datos sobre emprendimiento es su foco en el individuo como promotor de la actividad emprendedora en lugar de enfocarse en el número de empresas registradas:

La mayoría de empresas empiezan con y están encarnadas en un individuo o un equipo de individuos (N. Bosma et al., 2012, p. 13).

El *Global Entrepreneurship Monitor* define personas activas en emprendimiento como “adultos en el proceso de montar una empresa de la que serán dueños (en parte) y/o dueños y gestores en la actualidad de una empresa joven operativa” (Reynolds et al., 2005, p. 209). En la Figura 5.2. se describe la clasificación de emprendedores activos que usa el *Global Entrepreneurship Monitor* y las preguntas a través de las cuales se identifica a los emprendedores.

Figura 5.2. Clasificación de emprendedores activos.



Fuente: Adaptado de Paul Reynolds et al. (2005, p. 215)

Global Entrepreneurship Monitor Project se ha consolidado como una fuente de datos e información ampliamente aceptada entre los académicos. Entre 1999 y 2009 se publicaron 1.690 artículos evaluados por pares en revistas académicas que lo citaban entre su bibliografía. Además, en esos años, se publicaron 44 artículos empíricos basados fundamentalmente en el

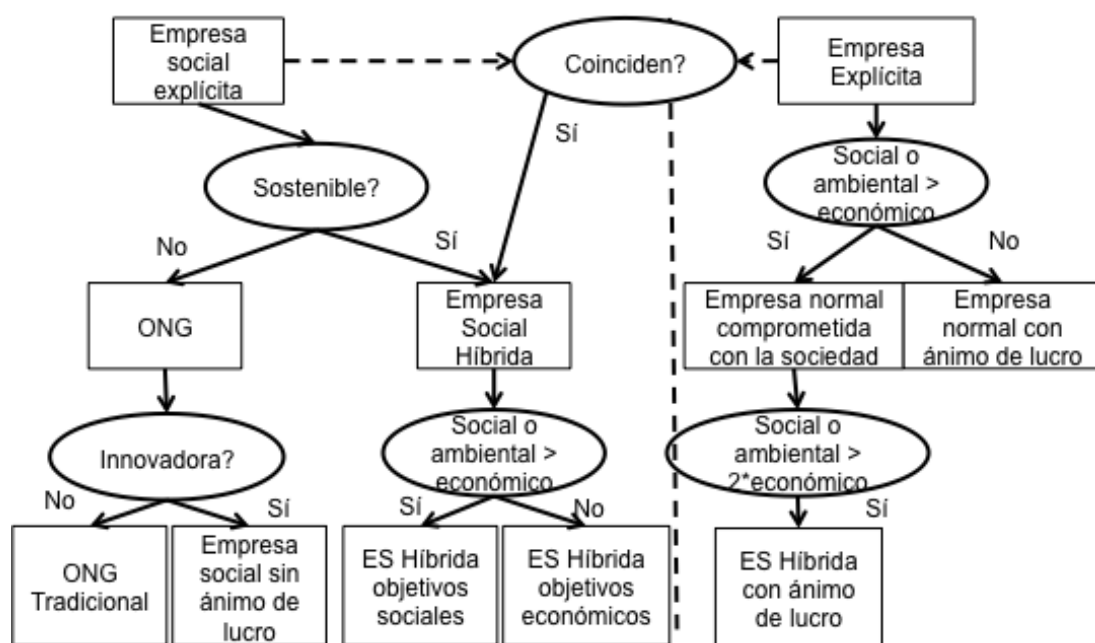
Global Entrepreneurship Monitor Project, de los que ocho usan sus modelos teóricos y 37 tienen secciones empíricas construidas sobre las bases de datos del *Global Entrepreneurship Monitor Project* (Amorós, Bosma y Levie, 2013).

5.1.2. 2009 Special Report on Social Entrepreneurship

El *Global Entrepreneurship Monitor Project* publica cada año informes en temas específicos identificados como de especial interés. Para ello, se identifica un grupo de expertos en ese tema concreto que trabajan ese año junto con los expertos que habitualmente desarrollan el GEM. La edición especial sobre Emprendimiento Social publicada en 2009 (*2009 Report on Social Entrepreneurship*) se basa sobre la encuesta GEM de Población Adulta ampliada con preguntas orientadas a capturar información sobre emprendimiento social. Esa es la base de datos usada en este estudio.

En la Figura 5.3. se muestra la clasificación de emprendedores sociales activos definida por los expertos que diseñaron el cuestionario del 2009 *Report on Social Entrepreneurship* (L. Terjesen, Justo, Bosma, 2009). Este estudio sigue su misma metodología de definición de emprendedor social.

Figura 5.3. Clasificación de emprendedores sociales activos.



Fuente: Lepoutre et al. (2013)

La base de datos original incluye 54 países. Dentro de cada país se encuestó a una muestra representativa de 2.000 adultos. Para el presente estudio se ha limitado la base de datos a las observaciones de los países de la Unión Europea. La base de datos resultante tras eliminar las observaciones de

países no pertenecientes a la Unión Europea tiene observaciones de los siguientes países: Grecia, Holanda, Bélgica, Francia, España, Hungría, Italia, Rumanía, Reino Unido, Alemania, Finlandia, Letonia, Croacia y Eslovenia.

Como se puede observar en la Tabla 5.1., el número de observaciones para cada uno de los países varía mucho, desde apenas 29 emprendedores sociales encuestados en Holanda hasta 433 detectados en Reino Unido.

Tabla 5.1. Observaciones por país de la Unión Europea.

País de Origen				
Emprendedor social vs. comercial		Frecuencia		Porcentaje válido
Emprendedor social	Válidos	Grecia	38	3,5
		Holanda	29	2,6
		Bélgica	68	6,2
		Francia	39	3,5
		España	171	15,5
		Hungría	49	4,5
		Italia	24	2,2
		Rumanía	25	2,3
		Reino Unido	433	39,3
		Alemania	38	3,4
		Finlandia	32	2,9
		Letonia	34	3,1
		Croacia	53	4,8
		Eslovenia	69	6,3
		Total	1102	100,0
Emprendedor comercial	Válidos	Grecia	336	5,6
		Holanda	225	3,7
		Bélgica	108	1,8
		Francia	57	1,0
		España	2031	33,6
		Hungría	160	2,6
		Italia	172	2,8
		Rumanía	62	1,0
		Reino Unido	1909	31,6
		Alemania	377	6,2
		Finlandia	141	2,3
		Letonia	189	3,1
		Croacia	89	1,5
		Eslovenia	193	3,2
		Total	6048	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En esta primera sección del capítulo cinco, se ha descrito el esfuerzo investigador del que emana la base de datos usada para el presente estudio: La encuesta GEM de Población Adulta ampliada con preguntas orientadas a capturar información sobre emprendimiento social sobre la que se basó el informe *2009 Report on Social Entrepreneurship* en el marco de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Dicha base de datos permite agregar información de los distintos países de la Unión Europea para hacer el análisis regional que esta investigación propone. Además, su foco en el individuo como emprendedor evita el conflicto que surgiría de intentar hacer equivaler el concepto de empresa social a una figura jurídica concreta. Las diferentes etiquetas jurídicas que cada país de la Unión Europea otorga a las empresas sociales, que se explicaron en el capítulo tres, harían imposible obtener conclusiones robustas aplicables a toda la Unión Europea de una agregación regional de empresas sociales identificadas según su figura jurídica. Finalmente, la encuesta que dio lugar a la base de datos fue desarrollada por académicos expertos en emprendimiento social reconocidos mundialmente que realizaron una labor rigurosa de conceptualización del emprendimiento social ampliamente validada por publicaciones posteriores. Por tanto, queda establecida la adecuación de la base de datos secundaria a los objetivos del estudio.

5.2. Adecuación de la metodología de análisis, regresión lineal múltiple, a los objetivos del estudio

Una vez establecida la adecuación de la base de datos a utilizar y su coherencia con el marco teórico planteado, procedemos a discutir la adecuación de la metodología de contrastación de hipótesis que se propone aplicar a esos datos: regresión lineal múltiple. En el primer estadio incluiremos variables representativas del desempeño de las empresas sociales como variables dependientes para cada uno de los modelos e indicadores de novedad de la tecnología usada como variables independientes. Se incluirán controles sobre variables demográficas, económicas y sociales de los emprendedores que hayan mostrado una correlación estadísticamente significativa tanto con las variables independientes como con las variables dependientes y que, por tanto, tengan poder explicativo en el modelo. En un segundo estadio se incluirá en el análisis el nivel de exposición al mercado de la empresa social, con los controles ya mencionados. En un tercer estadio se incluirá en el análisis el nivel de innovación de la empresa social en variables

no vinculadas a la tecnología (innovación en cuanto al nicho de mercado e identificación de necesidad no satisfecha), con los controles ya mencionados.

5.2.1. Consideraciones metodológicas previas

Literalmente, la palabra econometría significa “medición en economía”. La econometría es la rama empírica de la economía y podría definirse como “la aplicación de métodos estadísticos a problemas que conciernen a los economistas” (Ashenfelter, Levine y Zimmerman, 2003, p. 1). El problema que nos concierne en este estudio es comprender la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea a principios del siglo XXI (2000-2015). Según Ashenfelter et al. (2003) la econometría generalmente se ha centrado en cuantificar relaciones económicas, contrastar hipótesis y hacer predicciones. En este trabajo, se emplean herramientas econométricas a fin de contrastar las tres hipótesis que capturan la cuestión principal del estudio anteriormente descrita. Estas hipótesis son:

- Hipótesis 1: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas.
- Hipótesis 2: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.
- Hipótesis 3: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas.

A fin de comprender la realidad, los economistas usamos modelos, que son versiones simplificadas de esta y nos permiten comprender relaciones entre un grupo limitado de variables. De cara a explicar la relación entre el uso de nuevas tecnologías y del desempeño de las empresas sociales, su capacidad para generar ingresos por vía de mercado y la innovación no tecnológica en las mismas platearemos modelos de relación entre las variables en ecuaciones que puedan luego ser contrastadas empíricamente usando la base de datos anteriormente descrita, *Global Entrepreneurship Monitor 2009*.

Las herramientas econométricas que es adecuado utilizar para contrastar hipótesis dependen del tipo de datos que se vayan a introducir en el modelo⁵⁷. La base de datos usada en esta investigación es la parte del *Global Entrepreneurship Monitor 2009* que contiene información de los emprendedores de los países de la Unión Europea en el año 2008 (año en que se realizaron las encuestas). Es, por tanto, una base de datos de sección cruzada que captura información sobre varias entidades, 7.150 individuos, en un momento en el tiempo, el año 2008. La regresión lineal múltiple es una de las metodologías habitualmente utilizadas para contrastar hipótesis con datos de sección cruzada.

5.2.2. Robustez del análisis: Vigencia de las condiciones para la contrastación de hipótesis usando regresión lineal múltiple

Las conclusiones derivadas de los estimadores obtenidos a través del método de la regresión lineal múltiple sólo son robustas en presencia de una serie de condiciones⁵⁸ (Wooldridge, 2012). Es por tanto fundamental discutir en profundidad si en el caso de este estudio se cumplen dichas condiciones ya

⁵⁷ Los datos son la materia prima de cualquier investigación empírica y pueden ser de tres tipos (Ashenfelter et al., 2003): Sección cruzada, series temporales, datos de panel (o longitudinales).

⁵⁸ La metodología de regresión lineal múltiple puede usarse con rigor si se dan siete condiciones fundamentales (Wooldridge, 2012), de las que la primera es: **Condición 1.** La relación entre las variables dependientes e independientes (explicativas) en la naturaleza es de tipo lineal.

En el método de regresión lineal múltiple estimamos los parámetros $\hat{\beta}_0, \hat{\beta}_1, \dots, \hat{\beta}_k$ utilizando la técnica de Mínimos Cuadrados, que consiste en minimizar la suma de los residuos al cuadrado. Consiste, por tanto, en minimizar la diferencia entre los valores estimados de la variable dependiente y sus valores reales. Para que estos estimadores sean insesgados y consistentes deben cumplirse, además de la condición 1, las siguientes seis condiciones:

Condición 2. $E(U_i) = 0$, para cada $i = 1, \dots, n$.

Condición 3. Homocedasticidad: $\text{Var}(U_i) = \sigma^2$, para cada $i = 1, \dots, n$.

Condición 4. No autocorrelación: $E(U_i U_j) = 0$, para todo $i \neq j$, es decir, los términos de error son independientes entre sí.

Condición 5. $U_i \sim \text{Normal}$, para todo i

Condición 6. $\text{Cov}(X_j, U) = 0$, $X_{jj} \neq 0$, es decir, las variables independientes no están correlacionadas con el término de error.

Condición 7. Las variables X_i son linealmente independientes entre sí

que, de no cumplirse, se podría poner en cuestión la pertinencia de aplicar regresión lineal múltiple a la contrastación de nuestras hipótesis. En esta sección se argumenta el rigor de uso de dicha metodología, sobre la base de la discusión de la vigencia de cada condición en los datos y modelos propuestos en este trabajo de investigación.

Linealidad en los parámetros

Esta condición implica que la ecuación

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \dots + \beta_k x_{ik} + u_i, i = 1, \dots, n$$

describe el modelo existente en la población o modelo real. La cualidad fundamental es que el modelo es lineal en los parámetros. Sin embargo, “esta condición es relativamente flexible dado que tanto la variable dependiente (Y) como las variables independientes pueden ser funciones arbitrarias de variables de interés subyacentes, como logaritmos o funciones cuadráticas” (Wooldridge, 2012, p. 89). De la afirmación de Wooldridge (2012) podemos deducir que esta condición se asume como cierta siempre. Así pues, consideramos que sí existe una relación lineal en los parámetros en el modelo real que explica el efecto que la novedad de la tecnología tiene sobre el desempeño (expresado como número de empleados y exportación), la generación de ingresos de mercado y la innovación no tecnológica en el emprendimiento social.

Media del término de error=0

El término de error tiene un valor esperado de 0 para cualquiera de los valores de las variables independientes: $E(u_i) = 0$, para cada $i = 1, \dots, n$.

Los modos en que esta condición suele quebrantarse son:

1. Especificación errónea de la relación funcional entre las variables dependientes e independientes: Por ejemplo, si una de las variables debería estar expresada en términos logarítmicos o como función cuadrática y se incluye como lineal. Se puede usar este tipo de función para expresar una relación cuadrática entre X e Y donde el efecto de X en Y aumenta (o se reduce) a un ritmo creciente (o decreciente). Otra forma de incluir relaciones no lineales en modelos lineales es el uso de logaritmos, que introduce cambios decrecientes para valores mayores (un ejemplo es el caso de las elasticidades). En este caso no hay razones para pensar que el efecto que la novedad de la tecnología tiene sobre el desempeño (expresado como número de empleados y exportación), la generación de

ingresos de mercado y la innovación no tecnológica en el emprendimiento social responda a una relación cuadrática o logarítmica, especialmente dado que las variables que expresan la novedad de la tecnología están codificadas como variables categóricas binarias 0/1, por lo que no existe la posibilidad de que el efecto varíe a medida que aumenta el nivel de la variable explicativa.

2. Omisión de variables importantes que están correlacionadas a la vez con la variable dependiente y con las variables independientes. Esto introduce un sesgo sistemático en el término de error, cuyo valor esperado ya no puede ser 0. Prevenimos este sesgo incluyendo en el modelo como variables de control todas aquellas variables que puedan estar correlacionadas tanto con la variable dependiente como con las independientes. A fin de identificar las variables que puedan constituir posibles controles para evitar sesgo por omisión de variables el capítulo seis comienza haciendo un análisis de correlación de potenciales variables problemáticas con las variables independientes de novedad de la tecnología.
3. Error de medición en las variables: Este error se produce cuando la calidad de los datos con los que trabajamos es mala o no reflejan el concepto con el que querríamos trabajar. Como ya hemos explicado, la base de datos con la que trabajamos en este estudio se recopiló de forma profesional y aleatoria por lo que no tenemos dudas sobre errores de medición (Ver Anexo 2 para información detallada sobre el proceso de muestreo seguido por *Global Entrepreneurship Monitor 2009*).
4. La variable independiente afecta a las variables dependientes al tiempo que las variables dependientes afectan a la variable independiente: Es decir, una o más variables explicativas se determinan conjuntamente con la variable dependiente. Este problema se conoce como simultaneidad. En este caso no hemos encontrado literatura que apunte a que el desempeño (expresado como número de empleados y exportación), la generación de ingresos de mercado y la innovación no tecnológica del emprendedor social tengan un efecto sobre la novedad de la tecnología que utiliza.

Homocedasticidad.

Esta condición implica que la varianza del término de error es constante, es decir, que la dispersión en las observaciones para distintos niveles de la variable explicativa es más o menos igual.

$\text{Var}(U_i) = \sigma^2$, para cada $i = 1, \dots, n$.

En caso de que haya heterocedasticidad, el estimador $\hat{\beta}_k$ sigue siendo un estimador insesgado. Sin embargo los errores estándar calculados a través de la fórmula habitual de Mínimos Cuadrados no son correctos, ya no es un estimador de varianza mínima, y por tanto no se puede calcular el estadístico t y no se puede usar para testar hipótesis y hacer inferencia (Ashenfelter et al., 2003). Se usarán en STATA errores estándar robustos para garantizar la validez de los estadísticos para la contrastación de hipótesis.

No autocorrelación

$E(U_i, U_j) = 0$, para todo $i \neq j$, es decir, los términos de error son independientes entre sí. Esta condición suele quebrantarse ante:

1. Errores de medición. Ya explicamos anteriormente por qué consideramos que no existe este problema en el presente estudio.
2. Sesgo por omisión de variables. Ya explicamos anteriormente las precauciones que hemos tomado para evitar la presencia de este problema en el presente estudio.
3. En series temporales es habitual que factores omitidos en el modelo estén correlacionados a lo largo del tiempo. Como este estudio se basa en datos de sección cruzada no presenta este problema.

Normalidad del término de error

$U_i \sim \text{Normal}$, para todo i

Dado que el término de error se compone de la suma de muchos factores inobservables que afectan a la variable dependiente podemos usar el Teorema Central del Límite para concluir que U tiene una distribución normal, si bien este argumento tiene algunas limitaciones y no garantiza la normalidad (Wooldridge, 2012). Sin embargo la no normalidad de los términos de error no es un problema grave si tenemos una muestra grande, ya que se puede considerar que tiende asintóticamente a la normalidad. Lamentablemente, no hay acuerdo entre los economistas sobre lo que se considera “una muestra suficientemente grande” aunque Wooldridge (2012) explica que para muchos economistas $n \geq 30$ puede considerarse una muestra grande. En el presente estudio todas las regresiones se hacen para tamaños de muestra superiores a 30, con lo que sumando esto al argumento inicial sobre la pertinencia de la aplicación del Teorema del límite central, consideramos válida la presunción de normalidad en la distribución del término de error.

Variables independientes no correlacionadas con el término de error.

$$\text{Cov}(X_j, U) = 0, j = 1, 2, \dots, k$$

Esto implica que cada una de las variables independientes, por separado, no está correlacionada con el término de error. Esta condición no se cumple cuando al menos una de las variables independientes está correlacionada con el término de error. Esta condición se da si se cumple que el valor esperado del término de error es 0. Ya hemos discutido con anterioridad por qué pensamos que esa condición se cumple en el caso de este estudio.

No colinealidad

Las variables X_i son linealmente independientes entre sí. Esto implica que ninguna de las variables explicativas es constante y no hay relaciones lineales exactas entre variables explicativas. Las formas en que esta condición suele quebrantarse son:

- Incluir en la regresión una variable que es un múltiplo exacto de otra: No se da esta circunstancia en los modelos especificados en el presente estudio.
- Una de las variables independientes se puede expresar como una función lineal exacta de dos o más variables independientes: En este estudio, la variable independiente novedad de la tecnología está computada en los cuestionarios en tres categorías: 1) Tecnologías más antiguas de cinco años, 2) tecnologías de entre cinco y un año de antigüedad y 3) tecnologías de menos de un año de antigüedad. En los modelos econométricos se ha reclasificado la variable original con tres categorías en tres variables dicotómicas 0-1 para cada una de las categorías. Para evitar un problema de colinealidad, STATA elimina del análisis una de las tres al estimar los parámetros en la regresión.
- El tamaño de la muestra no es suficientemente grande para el número de parámetros que se pretende estimar: En este caso no se da esta circunstancia en ninguna de las regresiones.

Concluimos que sí se cumplen las condiciones necesarias para que la contrastación de hipótesis a través de regresión lineal múltiple ofrezca estimadores de los que obtener conclusiones robustas. Siguiendo el Teorema de Gauss-Markov (Wooldridge, 2012), los estimadores obtenidos a través de Mínimos Cuadrados, en presencia de estas condiciones, a partir de los datos de la muestra minimizan la varianza frente a cualquier otro estimador, pueden expresarse como una función lineal de los datos sobre la variable dependiente, no están sesgados y son consistentes, es decir tienden en el límite a coincidir con los parámetros que se dan en la naturaleza para todo el universo de

entidades que investigamos a medida que aumenta el tamaño de la muestra. Podremos por tanto inferir que las conclusiones obtenidas para la muestra usando este método son válidas para el universo de emprendedores sociales de la Unión Europea. Por tanto, queda establecida la adecuación de la metodología a los objetivos del estudio.

5.3. Tratamiento y preparación de la base de datos original

5.3.1. Ponderaciones

El Manual de diseño de datos y control de calidad de *Global Entrepreneurship Monitor* afirma que para todos sus análisis se usan ponderaciones en los datos y recomienda que se usen dichas ponderaciones (disponibles en la base de datos) en el trabajo con sus datos (N. Bosma et al., 2012). Los datos están ponderados por género y edad, de manera que la distribución de género y edad en la muestra se corresponda con la distribución de estas variables en la población adulta de cada país. En estas situaciones es pertinente y habitual el uso de ponderaciones para acercar la distribución de la muestra a la distribución de la población (Magee, Robb y Burbidge, 1998). En este estudio se usa para ponderar la variable `weight_A`, que incluye ponderaciones por género y edad para todos los adultos mayores de 18 años.

5.3.2. Tratamiento de valores perdidos

Como parte del proceso de control de calidad de los datos del *Global Entrepreneurship Monitor Project* el equipo coordinador del proyecto evalúa los datos procedentes de las empresas encuestadoras para comprobar que no existen errores sistemáticos que impliquen patrones en los valores perdidos (N. Bosma et al., 2012). Por tanto, la presencia de valores perdidos, debida bien al cansancio de los encuestados o errores en la codificación de datos, se distribuye de forma aleatoria en la población. Si los valores perdidos se distribuyen de forma completamente aleatoria no suponen un problema en el análisis (Little, 1988). Por este motivo se considera que el procedimiento más riguroso es no tratar los valores perdidos sino ignorarlos para el análisis. STATA automáticamente ignora en el análisis las observaciones para las que hay valores perdidos.

5.3.3. Tratamiento de valores extremos

Se han encontrado valores extremos que distorsionaban el análisis en las variables Tamaño del hogar y Número de trabajadores.

Tamaño del hogar: En este caso se ha optado por winsorizar la variable, evitando así forzar la normalidad al eliminar los valores extremos⁵⁹. En este estudio, a fin de winsorizar la variable Tamaño de hogar, se ha sustituido el 1% menor y 1% mayor de la variable por los valores del percentil 1% y 99%. Puesto que más del 1% de las observaciones coincidían en valor con el 1% menor, esto ha implicado que sólo se ha modificado el valor del 1% de las observaciones.

Número de trabajadores: Debido a la presencia de valores extremos en las variables usadas para construir la variable general “número de trabajadores” ha sido necesario reducir el estudio a empresas con hasta un máximo de 40 trabajadores.

5.4. Datos de la muestra: población, periodo de análisis y variables

5.4.1. Construcción de variables fundamentales

Todas las variables que se han creado para el análisis, se han construido siguiendo las definiciones utilizadas en el propio *Global Entrepreneurship Monitor 2009*, que son las definiciones que se emplean en el marco teórico de este estudio.

Emprendedor: Tal y como ya se ha mencionado, el *Global Entrepreneurship Monitor* define personas activas en emprendimiento como “adultos en el proceso de montar una empresa de la que serán dueños (en parte) y/o son dueños y gestores en la actualidad de una empresa joven operativa” (Reynolds et al., 2005, p. 209). La variable emprendedor se ha construido siguiendo la definición y proceso descrito en la Figura 5.2. anteriormente expuesta.

Emprendedor social: En mi disertación, seguiré la metodología de definición desarrollada por Lepoutre et al. (2013). Establecen inicialmente una definición muy amplia de emprendimiento social considerando sólo que la organización tenga una misión social y establecen luego categorías. Partiré de la definición amplia inicial que utilizan en su trabajo, que toman de Mair and Martí (2006):

⁵⁹ Winsorizar una variable consiste en tomar un porcentaje determinado de valores extremos, que siguiendo otras metodologías se hubieran eliminado, y reemplazarlos por los valores que quedan en el nuevo extremo, sin contar el porcentaje de observaciones que vamos a winsorizar (Lance, Farrell-Singleton, y Sawilowsky, 2014).

Primero, vemos el emprendimiento social como un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas. Segundo, estas combinaciones de recursos están principalmente orientadas a explorar y explotar oportunidades para crear valor social estimulando cambios sociales o resolviendo necesidades sociales. Y tercero, visto como un proceso, el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones (Mair y Martí, 2006, p. 37).

Como se ha visto en secciones anteriores de este capítulo, la definición amplia del emprendimiento social que plantean se basa en el criterio de que tengan una misión central social, tanto si es explícita como si es implícita. Se considera que tienen una misión social explícita aquellos emprendedores que a la pregunta de si han montado una organización con una misión social contestaron sí. Se considera que tienen una misión social implícita aquellos emprendedores que a la pregunta de si han montado una organización con una misión social contestaron no, pero cuando se les pidió que asignaran puntos de valor económico, social y medioambiental a sus empresas dieron al menos dos veces más puntos al valor social o medioambiental que al valor económico.

Categorías y subcategorías de emprendedor social: Introducimos elementos de innovación y exposición al mercado para definir categorías y subcategorías. Según las distintas combinaciones de los tres elementos (misión social, innovación, exposición al mercado), Lepoutre et al. (2013) clasifica las empresas sociales a su vez en tres subcategorías:

- **Empresa social ONG:** Una organización que tiene una misión social explícita y genera menos de un 5% de sus ingresos por vía de mercado. En esta subcategoría entrarían las ONG tradicionales, si no son innovadoras, o proyectos sociales innovadores que se financian aún por vías tradicionales como subvenciones públicas o donaciones.
- **Empresa social híbrida:** Una organización con una misión social explícita que depende al menos en un 5% de mecanismos de mercado para obtener ingresos necesarios para mantenerse o que se identifica a sí mismas a la vez como empresa social y como empresa en general. Dentro de esta subcategoría distinguen a su vez aquellas en las que el objetivo económico es más importante que el social o ambiental y aquellas en las que el objetivo social o ambiental es más importante que el económico.

- **Empresa social con ánimo de lucro:** Son organizaciones que no necesariamente tienen una misión social explícita pero en las que los objetivos sociales o ambientales son al menos el doble de importantes que los objetivos económicos. Estas empresas sociales se financian íntegramente con ingresos de mercado.

Emprendedor comercial: Definimos emprendedor comercial como todo aquel emprendedor (según definición de emprendedor anteriormente expuesta) que no es un emprendedor social.

5.4.2. Descripción de la base de datos final

La base de datos final consta de variables técnicas, descriptivas, dependientes e independientes coherentes con los modelos teóricos planteados y las hipótesis que se pretende contrastar (Ver tabla 5.2.):

Variables técnicas: Son variables necesarias para el análisis pero que no tienen valor a nivel de contenido del mismo. Son las variables de ponderación, número de identificación de los individuos encuestados y año en que se administró el cuestionario.

Variables descriptivas: Son variables de tipo demográfico y socioeconómico que sirven para describir a los emprendedores sociales de la Unión Europea entre los años 2000 y 2015. Además, son potenciales variables de control si se demuestra que están correlacionadas al mismo tiempo con el nivel de novedad de la tecnología que se utiliza y con las variables dependientes.

Definiciones: Según hemos descrito anteriormente, estas variables se han construido siguiendo la metodología del *2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. Se usarán para filtrar los resultados para nuestro universo de análisis, es decir los emprendedores sociales de la Unión Europea en la actualidad.

Variables independientes: Son las variables que definen el nivel de novedad de la tecnología utilizada. La pregunta de L. Terjesen, Justo, Bosma (2009) en *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Report on Social Entrepreneurship* para capturar la novedad de las tecnologías utilizadas es la siguiente: “¿Las tecnologías o procedimientos necesarios para este producto o servicio están disponible desde hace menos de un año, o entre uno a cinco años, o más de cinco años?” Así, separa las respuestas en tres categorías: 1) Tecnologías más antiguas de cinco años, 2) tecnologías de entre cinco y un año de antigüedad y 3) tecnologías de menos de un año de antigüedad. De

cara al análisis estadístico, se han reclasificado estas tres categorías en dos categorías a fin de aumentar el número de observaciones para cada categoría: Tecnologías disponibles desde hace cinco años o menos y tecnologías disponibles desde hace más de cinco años. De cara a la contrastación de hipótesis, se ha reclasificado la variable original con tres categorías en tres variables dicotómicas 0-1 para cada una de las categorías. La razón de separar la variable original, categórica, en tres variables dicotómicas es la imposibilidad de interpretación de los resultados con la variable original al ser esta una variable categórica que, si bien es ordinal, no responde a incrementos fijos de la novedad de la tecnología.

Variables dependientes: Son variables se usan para operar los conceptos centrales de las hipótesis que se pretende contrastar:

1. Innovación no tecnológica
2. Desempeño no económico: Se opera a través de variables que miden el número de trabajadores de la empresa social y variables que miden exportaciones.
3. Ingresos de mercado

Tabla 5.2. Variables en la base de datos

Técnicas	Identificador de armonización
	Identificador de armonización alternativo (para evitar duplicación entre datos de años distintos)
	Año en que se administró el cuestionario
	Peso para población adulta de 18-99 años, ajustada con datos censales
Descriptivas	País de origen
	Género
	Edad (años)
	Edad (agrupado GEM)
	Tamaño del hogar
	Nivel de ingresos del hogar (agrupado en tercios GEM)
	Situación profesional (armonizado GEM)
	Nivel educativo (armonizado NNUU)
Definiciones	Innovación
	Número total de trabajadores no dueños (agrupada sin 0)
	Emprendedor social vs. comercial
	Emprendedor social categorías
Independiente	Emprendedor social subcategorías
	Novedad de la tecnología
Innovación	Innovación en aspectos no tecnológicos
Desempeño	Número total de trabajadores no dueños (agrupado)
	Proporción de clientes que vive fuera del país
	Tiene clientes que viven fuera del país
Ingresos de Mdo	Tiene ingresos de mercado
	Porcentaje de ingresos de mercado

En esta sección ha quedado acreditado que todas las variables que se han creado para el análisis se han construido siguiendo las definiciones utilizadas en el propio *Global Entrepreneurship Monitor 2009* y el tratamiento y agregación de los datos se ha realizado de forma rigurosa.

5.5. Especificación de los modelos para el contraste de hipótesis

5.5.1. Consideraciones generales

El objetivo de este estudio, como se ha dicho, es conocer la relación de las nuevas tecnologías con el emprendimiento social en la Unión Europea en los años 2000 a 2015. Al inicio del estudio hemos planteado un marco teórico que justifica la posible presencia de tal relación y hemos desarrollado una revisión de literatura que pretende compilar todo lo que sabemos sobre la relación entre tecnología y emprendimiento social en la actualidad. Finalmente, procedemos a la contrastación cuantitativa de las tres hipótesis que operan el objetivo general de la disertación.

La contrastación de hipótesis consiste en proponer una hipótesis sobre el valor de un parámetro en la población de interés y usar las observaciones de una muestra representativa de esa población para evaluar si las observaciones contradicen la hipótesis, en cuyo caso la rechazamos, o si no lo hacen, en cuyo caso concluimos que o bien la hipótesis es cierta o bien la muestra no fue capaz de detectar la diferencia entre el valor real y el valor hipotético de los parámetros en la población. La contrastación de las hipótesis se realiza para una muestra obtenida a través del *Global Entrepreneurship Monitor 2009*, y consideramos que las conclusiones son de válida aplicación al conjunto de emprendedores sociales en la Unión Europea a principios del siglo XXI.

En esta sección expondremos los modelos de regresión a través de los que estimaremos los parámetros y contrastaremos las hipótesis para la muestra. Estos modelos comparten algunos rasgos comunes para cada una de las hipótesis a contrastar. El principal de ellos es que todos los modelos comparten las mismas variables explicativas, aquellas que capturan la novedad de la tecnología utilizada por los emprendedores sociales. Como ya hemos explicado anteriormente, para los test de contrastación de hipótesis se ha recodificado la variable original, que estaba codificada en tres categorías, en tres variables dicotómicas 0-1 para cada una de las categorías: 1) Tecnologías más antiguas de cinco años, 2) tecnologías de entre cinco y un año de antigüedad y 3) tecnologías de menos de un año de antigüedad. La razón de separar la variable original, categórica, en tres variables dicotómicas es la imposibilidad de interpretación de los resultados con la variable original al ser esta una variable categórica que, si bien es ordinal, no responde a incrementos fijos de la novedad de la tecnología. En los modelos de regresión eliminaremos una de las tres variables para evitar posibles problemas de colinealidad.

Además de las variables dependientes, otro elemento común en todos los modelos son los controles que hemos incluido. A fin de identificar las variables que puedan constituir posibles controles para evitar sesgo por omisión de variables el capítulo seis comienza haciendo un análisis de correlación de potenciales variables problemáticas con las variables independientes de novedad de la tecnología. Las variables que muestran una correlación estadísticamente significativa con las variables independientes son edad, nivel educativo y tamaño del hogar. Por tanto estas tres variables se incluyen como control. El resto de variables no se incluyen en los modelos de regresión porque no muestran correlación con las variables independientes y, al no haber observaciones para todos los individuos, reducen el tamaño de la muestra y por tanto la posibilidad de encontrar un efecto estadísticamente significativo.

Para la contrastación de las hipótesis usaremos un estadístico t, ya que no se puede dar por hecha la normalidad en la distribución de las variables en la población porque en algunos casos el tamaño de la muestra será menor a 120. Para poder usar el estadísticos z necesitaríamos una distribución normal en la población, lo que se puede decir que siempre es así para muestras de más de 120 observaciones (Ashenfelter et al., 2003). Consideraremos un 95% de confianza de modo que sólo consideraremos significativos los coeficientes de regresión si obtenemos un p valor de 0,05 o menor.

A continuación determinaremos la hipótesis nula y alternativa para contrastar cada hipótesis así como el modelo de regresión que se propone usar. En el capítulo seis calcularemos los estadísticos que nos permitirán saber cómo de improbable sería obtener estimaciones tan extremas como las obtenidas o más extremas si la hipótesis nula fuera cierta (p-valor). En el capítulo siete, de discusión de los resultados, discutiremos los análisis del capítulo seis. En el capítulo ocho, de conclusiones, discutiremos si se rechaza o no se puede rechazar la hipótesis nula para cada una de las hipótesis.

5.5.2. Hipótesis 1: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas

El concepto de desempeño no económico puede interpretarse de formas variadas. En este estudio lo operaremos a través de exportación, medida en la variable proporción de clientes que vive fuera del país (1) y a través de la variable número total de trabajadores no dueños para empresas de hasta 40 trabajadores (2). Por tanto, esta hipótesis se puede dividir en dos hipótesis:

Hipótesis 1.1: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una mayor proporción de clientes que vive fuera del país que aquellas que usan tecnología antigua.

Para el modelo de relación entre la novedad de la tecnología y la proporción de clientes que vive fuera del país siguiente:

$$(\% \text{ de clientes que vive fuera del país})_i = \beta_0 + \beta_1(\text{Novedad de tecnología} < 1 \text{ año})_i + \beta_2(\text{Novedad de tecnología 1 a 5 años})_i + \beta_3(\text{Tamaño del hogar})_i + \beta_4(\text{Edad})_i + \beta_5(\text{Nivel Educativo})_i + u_i, i = 1, \dots, n$$

Hipótesis nula: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una proporción de clientes que vive fuera del país igual o menor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \text{ y } \beta_2 \leq 0$$

Hipótesis alternativa: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una proporción de clientes que vive fuera del país mayor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_a: \beta_1 > 0 \text{ y } \beta_2 > 0$$

Hipótesis 1.2: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un mayor número total de trabajadores no dueños para empresas de hasta 40 trabajadores que aquellas que usan tecnología antigua.

Para el modelo de relación entre la novedad de la tecnología y el número de trabajadores siguiente:

$$(\text{Número de trabajadores no dueños})_i = \beta_0 + \beta_1(\text{Novedad de tecnología} < 1 \text{ año})_i + \beta_2(\text{Novedad de tecnología 1 a 5 años})_i + \beta_3(\text{Tamaño del hogar})_i + \beta_4(\text{Edad})_i + \beta_5(\text{Nivel Educativo})_i + u_i, i = 1, \dots, n$$

Hipótesis nula: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un número de trabajadores no dueños igual o menor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \text{ y } \beta_2 \leq 0$$

Hipótesis alternativa: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un número de trabajadores no dueños mayor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_a: \beta_1 > 0 \text{ y } \beta_2 > 0$$

5.5.3. Hipótesis 2: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas

Para el modelo de relación entre la novedad de la tecnología y si generan o no ingresos a través del mercado siguiente:

$$\begin{aligned} (\text{Ingresos de Mercado})_i = & \\ & \beta_0 + \beta_1(\text{Novedad de tecnología} < 1 \text{ año})_i + \\ & \beta_2(\text{Novedad de tecnología 1 a 5 años})_i + \beta_3(\text{Tamaño del hogar})_i + \beta_4(\text{Edad})_i + \\ & \beta_5(\text{Nivel Educativo})_i + u_i, i = 1, \dots, n \end{aligned}$$

Hipótesis nula: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una probabilidad de generar ingresos a través del mercado igual o menor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \text{ y } \beta_2 \leq 0$$

Hipótesis alternativa: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una probabilidad de generar ingresos a través del mercado mayor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_a: \beta_1 > 0 \text{ y } \beta_2 > 0$$

Para el modelo de relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de ingresos generados a través del mercado siguiente:

$$\begin{aligned} (\% \text{ de ingresos de Mercado})_i = & \beta_0 + \beta_1(\text{Novedad de tecnología} < 1 \text{ año})_i + \\ & \beta_2(\text{Novedad de tecnología 1 a 5 años})_i + \beta_3(\text{Tamaño del hogar})_i + \beta_4(\text{Edad})_i + \\ & \beta_5(\text{Nivel Educativo})_i + u_i, i = 1, \dots, n \end{aligned}$$

Hipótesis nula: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un porcentaje de ingresos generados a través del mercado igual o menor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \text{ y } \beta_2 \leq 0$$

Hipótesis alternativa: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un porcentaje de ingresos generados a través del mercado mayor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_a: \beta_1 > 0 \text{ y } \beta_2 > 0$$

5.5.4. Hipótesis 3: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas

Para el modelo de relación entre la novedad de la tecnología y la Innovación no tecnológica a través del mercado siguiente:

$$(Innovación\ no\ tecnológica)_i = \beta_0 + \beta_1(Novedad\ de\ tecnología < 1\ año)_i + \beta_2(Novedad\ de\ tecnología\ 1\ a\ 5\ años)_i + \beta_3(Tamaño\ del\ hogar)_i + \beta_4(Edad)_i + \beta_5(Nivel\ Educativo)_i + u_i, i = 1, \dots, n$$

Hipótesis nula: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una probabilidad de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología igual o menor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_0: \beta_1 \leq 0 \text{ y } \beta_2 \leq 0$$

Hipótesis alternativa: Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen una probabilidad de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología mayor que aquellas que usan tecnología antigua.

$$H_a: \beta_1 > 0 \text{ y } \beta_2 > 0$$

Las tres hipótesis que operan el objetivo general de la disertación están por tanto definidas de acuerdo con el marco teórico y capturan adecuadamente la relación entre las nuevas tecnologías en el emprendimiento social en la Unión Europea en el periodo 2000-2015. Además, en esta sección queda acreditado que es posible operar la contrastación econométrica de las mismas usando las variables disponibles en la base de datos empleada en este estudio, como se ha expuesto en las ecuaciones presentadas arriba.

Así pues, antes de proceder a presentar los resultados del análisis cuantitativo, hemos establecido el rigor metodológico con que dichos resultados se han generado. Ha quedado establecida la adecuación de la base de datos secundaria a los objetivos del estudio así como de la metodología de análisis propuesta, regresión lineal múltiple. Las tres hipótesis que operan el objetivo general de la disertación están definidas de acuerdo con el marco teórico, capturan adecuadamente la relación entre las nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea a principios del siglo XXI y es adecuado operar la contrastación econométrica de las mismas usando las variables disponibles en la base de datos empleada en este estudio siguiendo la metodología propuesta.

Capítulo 6 | **Análisis empírico cuantitativo de la relación de los emprendedores sociales de la Unión Europea con las nuevas tecnologías**

En capítulos anteriores, se ha establecido el marco teórico en el que se enmarca este estudio. Después, se ha descrito en profundidad la unidad de análisis a estudiar, es decir los emprendedores sociales de la Unión Europea, tanto desde un punto de vista de desarrollo histórico del concepto como de forma descriptiva/estadística. Tras ello, ya en esta parte, en el capítulo cinco, se ha discutido la adecuación de las bases de datos a utilizar y de la metodología de análisis propuesta, a saber, regresión lineal múltiple. En este capítulo se presentan los resultados del análisis empírico, en el que se aplica la regresión lineal múltiple a la muestra de nuestra base de datos a fin de contrastar las hipótesis inicialmente planteadas.

Recordemos que las tres hipótesis que plantea este trabajo son las siguientes:

Hipótesis 1: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

Hipótesis 2: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

Hipótesis 3: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología⁶⁰ que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

Al comienzo de este capítulo se plantea un análisis de la relación entre diversas variables descriptivas de los emprendedores sociales en la Unión Europea y la novedad de la tecnología que utilizan. El fin de dicho análisis es identificar variables correlacionadas de forma estadísticamente significativa con la novedad de la tecnología que, por tanto, deban usarse como variables de control en la especificación de los modelos. Esto es fundamental para evitar incurrir en sesgos por omisión de variables. Analizamos también en esta parte

⁶⁰ El *Social Entrepreneurship Special Report 2009* del *Global Entrepreneurship Monitor* mide la innovación en seis categorías: tipo de producto, procesos de producción, distribución del producto, promoción y marketing del producto, oferta del producto a un nuevo nicho de mercado, satisfacción de una necesidad no satisfecha anteriormente. De ellas, las cuatro primeras pueden estar intrínsecamente relacionadas con el uso de nuevas tecnologías. Las dos últimas son formas de innovación relacionadas con la identificación de la oportunidad antes de iniciar la generación del producto/servicio. Por tanto son innovaciones previas a la aplicación de tecnología, definida como transformación del trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor.

si las distintas categorías de emprendedor social se relacionan de formas diferentes con las nuevas tecnologías. Al averiguar que sí usan tecnologías de novedad diferente concluimos que es interesante saber si el uso de nuevas tecnologías les afecta también de maneras distintas para cada hipótesis.

Después, se procede a contrastar cada una de las tres hipótesis de forma sistemática tanto para emprendedores sociales en general como para cada una de las categorías de emprendedores sociales por separado. La contrastación de cada una de las hipótesis a nivel agregado y por categorías tiene a su vez tres fases. Primero se desarrolla un análisis estadístico en la muestra para saber si la hipótesis se cumple dentro de la muestra. En esta fase usamos como variable de medición de la novedad de la tecnología una variable desagregada a dos categorías: Tecnologías con antigüedad menor a cinco años y tecnologías de antigüedad superior a cinco años. En segundo lugar se analiza si los descubrimientos para la muestra son estadísticamente significativos y, por tanto, extrapolables a la población. En tercer lugar se realiza la regresión lineal múltiple para contrastar la hipótesis a partir de modelos de predicción desagregando la variable novedad de la tecnología en tres categorías: Tecnologías con antigüedad menor a un año, tecnologías de entre un año y cinco años de antigüedad y tecnologías de antigüedad superior a cinco años.

6.1. Emprendedores sociales en la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que utilizan

En el capítulo cuatro se estableció la relación estadísticamente significativa de una serie de variables demográficas y socioeconómicas con la distribución de emprendedores sociales. Eso nos permitió hacer una descripción de los emprendedores sociales de la Unión Europea y entender cómo se diferencian de los emprendedores comerciales.

En esta sección del capítulo seis usaremos las mismas variables descriptivas para trazar una imagen de los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías. Trataremos de comprender si los emprendedores que utilizan tecnologías nuevas tecnologías se diferencian de aquellos que usan tecnologías más antiguas y, de ser así, en qué se diferencian. Para cada rasgo descriptivo (país de origen, edad, género,...) haremos primero una descripción estadística de cómo se distribuyen los emprendedores sociales en función de la novedad de la tecnología que utilizan en ese rasgo en concreto y después analizaremos si

existe una correlación estadísticamente significativa entre los que usan tecnologías de menos de un año, tecnologías de entre uno y cinco años y tecnologías más antiguas de cinco años. Para ello usaremos la variable Novedad de la tecnología clasificada en tres grupos que se codifican como 1 para tecnología de menos de un año, 2 para tecnología de entre un año y cinco años y 3 para tecnologías de más de cinco años. Esta variable es por tanto ascendente según la tecnología usada se hace más antigua.

En definitiva, haremos un análisis de la posible correlación de dichas variables descriptivas con la variable “novedad de la tecnología”. Aquellas que muestren una relación estadísticamente significativa se incluirán en la especificación de los modelos de regresión como variables de control. De este modo evitamos que la omisión de variables correlacionadas tanto con la variable independiente como con la variable dependiente que pueda introducir sesgos en el modelo.

Como veremos en esta sección, las variables demográficas y socioeconómicas que se relacionan de forma estadísticamente significativa con la novedad de la tecnología que utilizan los emprendedores sociales de la Unión Europea son la edad, el nivel educativo y el tamaño del hogar. Así pues, estas son las variables que se usan como control en los modelos.

6.1.1. País de origen

Si agrupamos a los emprendedores de la Unión Europea en dos grupos en función de si usan tecnologías de menos de cinco años o tecnologías de más de cinco años, podemos ver que España es el país de la Unión Europea con un mayor porcentaje de emprendedores sociales que usan tecnologías que tenían menos de cinco años de antigüedad en 2009, es decir tecnologías posteriores a 2004. El 63% de los emprendedores sociales en España usaban tecnologías posteriores a 2004 a principios en 2009. Le siguen Francia, con un 53% de emprendedores sociales que usan tecnologías posteriores a 2004, y Bélgica, donde esta cifra asciende al 45%. En el otro extremo se sitúa Holanda, donde sólo el 13% de los emprendedores sociales usan tecnologías posteriores a 2004 (Tabla 6.1.).

Tabla 6.1. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del país de origen.

Tabla de contingencia País de Origen * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
País de Origen	Grecia	Recuento	4	17	21
		% dentro de País de Origen	19%	81%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	3%	7%	5%
	Holanda	Recuento	1	7	8
		% dentro de País de Origen	13%	88%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	1%	3%	2%
	Bélgica	Recuento	10	12	22
		% dentro de País de Origen	45%	55%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	6%	5%	5%
	Francia	Recuento	8	7	15
		% dentro de País de Origen	53%	47%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	5%	3%	4%
	España	Recuento	62	37	99
		% dentro de País de Origen	63%	37%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	39%	15%	25%
	Hungría	Recuento	8	17	25
		% dentro de País de Origen	32%	68%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	5%	7%	6%
	Italia	Recuento	2	5	7
		% dentro de País de Origen	29%	71%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	1%	2%	2%
	Rumanía	Recuento	6	10	16
		% dentro de País de Origen	38%	63%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	4%	4%	4%
Reino Unido	Recuento	30	78	108	
	% dentro de País de Origen	28%	72%	100%	
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	19%	32%	27%	

Tabla de contingencia País de Origen * Novedad de la tecnología ><5años

	Alemania	Recuento	3	16	19
		% dentro de País de Origen	16%	84%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	2%	7%	5%
	Finlandia	Recuento	2	7	9
		% dentro de País de Origen	22%	78%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	1%	3%	2%
	Letonia	Recuento	5	10	15
		% dentro de País de Origen	33%	67%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	3%	4%	4%
	Croacia	Recuento	11	12	23
		% dentro de País de Origen	48%	52%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	7%	5%	6%
	Eslovenia	Recuento	6	10	16
		% dentro de País de Origen	38%	63%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	4%	4%	4%
Total		Recuento	158	245	403
		% dentro de País de Origen	39%	61%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Sin embargo, debido a la frecuencia insuficiente de observaciones en algunos países, no se pueden dar por válidas las pruebas que tratan de establecer que la diferente distribución de emprendedores sociales en función de la novedad de la tecnología entre los países de la Unión Europea sea estadísticamente significativa (Tabla 6.2.). No podemos por tanto extrapolar a la población de emprendedores sociales de la Unión Europea las conclusiones obtenidas sobre nuestra muestra.

Tabla 6.2. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del país de origen.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,601	13	,000
Razón de verosimilitudes	44,636	13	,000
Asociación lineal por lineal	,094	1	,759
N de casos válidos	403		

a. 5 casillas (17,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,74.

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,329	,000
	V de Cramer	,329	,000
	Coefficiente de contingencia	,312	,000
N de casos válidos		403	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Por otra parte, pese a no poder confirmar una diferencia en la distribución de emprendedores sociales en la Unión Europea por países en función de la novedad de la tecnología que utilizan, también es importante saber si existe alguna correlación entre el hecho de que los emprendedores sociales desarrollen su actividad en uno u otro país y el grado de novedad de la tecnología que utilizan. Cuando calculamos la posible correlación entre el país de origen de los emprendedores sociales de la Unión Europea y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años vemos que no hay una correlación estadísticamente significativa (Tabla 6.3.).

Tabla 6.3. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el país de origen.

Correlación	País de Origen
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	-0.0067
Sig.	0.8994

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.2. Género

Entre los emprendedores sociales de nuestra muestra para la Unión Europea más hombres que mujeres usan nuevas tecnologías. Del total de hombres emprendedores sociales en la Unión Europea el 41% usan tecnologías posteriores a 2004. En comparación, el 36% de las mujeres emprendedoras sociales de la Unión Europea usan tecnologías posteriores a 2004 (Tabla 6.4).

Tabla 6.4. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del género.

Tabla de contingencia Género * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Género	Hombre	Recuento	111	163	274
		% dentro de Género	41%	59%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	70%	67%	68%
	Mujer	Recuento	47	82	129
		% dentro de Género	36%	64%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	30%	33%	32%
Total	Recuento		158	245	403
	% dentro de Género		39%	61%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Sin embargo, esta diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función del género no es estadísticamente significativa. Por tanto, no podemos afirmar que haya diferencias entre hombres y mujeres emprendedores sociales en la novedad de la tecnología usada en la población en la Unión Europea (Tabla 6.5).

Tabla 6.5. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del género.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,612	1	,434		
Corrección por continuidad ^b	,453	1	,501		
Razón de verosimilitudes	,615	1	,433		
Estadístico exacto de Fisher				,446	,251
Asociación lineal por lineal	,610	1	,435		
N de casos válidos	403				

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,039	,434
	V de Cramer	,039	,434
	Coeficiente de contingencia	,039	,434
N de casos válidos		403	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al igual que en el caso del país de origen, vamos un paso más allá para saber si existe alguna correlación entre el hecho de que los emprendedores sociales sean hombre o mujeres y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años. Es decir, agrupan la tecnología en tres categorías en lugar de sólo en dos. De nuevo, podemos confirmar que no hay una correlación estadísticamente significativa (Tabla 6.6.).

Tabla 6.6. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el género.

Correlación	Género
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	0.0328
Sig.	0.5351

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.3. Edad

Procedemos a trazar una descripción de los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su edad y la novedad de la tecnología que utilizan. Queremos saber si hay alguna relación entre estas dos variables. Al hacer un primer análisis estadístico observamos que el porcentaje de emprendedores que usan nuevas tecnologías en cada rango de edad tiende a ser menor a medida que la edad va ascendiendo. Así, por ejemplo, el 51% de los emprendedores sociales de la Unión Europea que tienen de 18 a 24 años usan tecnologías de menos de cinco años de antigüedad. En el otro extremo están los emprendedores sociales de la Unión Europea en el rango de edad de 45 a 54 años, de los que apenas el 28% usa tecnologías de menos de cinco años de antigüedad (Tabla 6.7.).

Tabla 6.7. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la edad.

Tabla de contingencia Edad Rango GEM Original * Novedad de la Tecnología ><5años

			Novedad de la Tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Edad Rango GEM Original	18-24	Recuento	27	26	53
		% dentro de Edad Rango GEM Original	51%	49%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	17%	11%	13%
	25-34	Recuento	58	82	140
		% dentro de Edad Rango GEM Original	41%	59%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	37%	33%	35%
	35-44	Recuento	37	63	100
		% dentro de Edad Rango GEM Original	37%	63%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	24%	26%	25%
	45-54	Recuento	18	46	64
		% dentro de Edad Rango GEM Original	28%	72%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	11%	19%	16%
	55-64	Recuento	17	27	44
		% dentro de Edad Rango GEM Original	39%	61%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	11%	11%	11%
	65-120	Recuento	0	2	2
		% dentro de Edad Rango GEM Original	0%	100%	100%
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	0%	1%	0%
Total	Recuento		157	246	403
	% dentro de Edad Rango GEM Original		39%	61%	100%
	% dentro de Novedad de la Tecnologías ><5 años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al analizar si la diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función de su edad es estadísticamente significativa observamos que tanto la asociación lineal por lineal como la correlación de Spearman son positivas y estadísticamente significativas. Por tanto, parece que haya diferencias entre emprendedores sociales de diferentes edades en la novedad de la tecnología usada (Tabla 6.8.). Sin embargo, estos resultados no son conclusivos ya que la frecuencia de observaciones en algunas casillas es menor a la esperada.

Tabla 6.8. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la edad.

Pruebas de chi-cuadrado				
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	
Chi-cuadrado de Pearson	8,159	5	,148	
Razón de verosimilitudes	8,913	5	,113	
Asociación lineal por lineal	4,426	1	,035	
N de casos válidos	403			

2 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,78.

Medidas simétricas					
	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. Aprox.	
Nominal por nominal	Phi	,142		,148	
	V de Cramer	,142		,148	
	Coeficiente de contingencia	,141		,148	
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,105	,049	2,113	,035
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,113	,050	2,281	,023
N de casos válidos	403				

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Una vez que tenemos indicios de que la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea tiene relación con la novedad de la tecnología que usan, realizamos un test de correlación para confirmar si existe alguna correlación entre la edad de los emprendedores sociales y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años. Podemos observar una correlación directa estadísticamente significativa entre la edad del emprendedor social y el grado de antigüedad de las tecnologías que usa, es decir, en la Unión Europea los emprendedores sociales más jóvenes tienden a usar tecnologías más nuevas mientras que los emprendedores sociales más mayores tienden a usar tecnologías más antiguas (Tabla 6.9.).

Tabla 6.9. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y la edad de los emprendedores sociales.

Correlación	Edad Rango GEM
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	0.1264*
Sig.	0.0162

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.4. Tamaño del hogar

Otra variable descriptiva relevante que demostró establecer diferencias entre emprendedores sociales y emprendedores comerciales es el tamaño del hogar. Al observar en una tabla estadística a los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que usan y el tamaño del hogar en que viven observamos algunas diferencias. Por ejemplo vemos que el 46% de los emprendedores sociales que viven en hogares de cinco o más miembros usan tecnologías posteriores a 2004 y el 43% de los emprendedores sociales que viven en hogares de entre tres y cuatro miembros usan tecnologías posteriores a 2004. En comparación, sólo el 31% de los emprendedores sociales que viven en hogares de dos o menos miembros usan tecnologías posteriores a 2004. Además, el 51% del total de emprendedores sociales que usan tecnologías posteriores a 2004 viven en hogares de entre tres y cuatro miembros, mientras que sólo el 28% lo hace en hogares de dos o menos miembros y el 21% lo hace en hogares de cinco o más miembros (Tabla 6.10.).

Tabla 6.10. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del tamaño del hogar.

Tabla de contingencia Tamaño del hogar (agrupado) * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Tamaño del hogar (agrupado)	<= 2	Recuento	44	99	143
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	31%	69%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	28%	40%	36%
	3- 4	Recuento	80	107	187
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	43%	57%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	51%	44%	47%
	5+	Recuento	33	39	72
		% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)	46%	54%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	21%	16%	18%
Total	Recuento		157	245	402
	% dentro de Tamaño del hogar (agrupado)		39%	61%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función de los tamaños del hogar sí es estadísticamente significativa (Tabla 6.11.). Eso implica que es verdad para la población de emprendedores sociales de la

Unión Europea que los emprendedores sociales se distribuyen de forma distinta en diferentes tamaños de hogar si usan nuevas tecnologías que si usan tecnologías más antiguas.

Tabla 6.11. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del tamaño del hogar.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,605	2	,037
Razón de verosimilitudes	6,701	2	,035
Asociación lineal por lineal	5,793	1	,016
N de casos válidos	402		

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. Aproximada
Nominal por nominal	Phi	,128	,037
	V de Cramer	,128	,037
	Coefficiente de contingencia	,127	,037
N de casos válidos		402	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Habiendo confirmado que el tamaño del hogar de los emprendedores sociales de la Unión Europea tiene relación con la novedad de la tecnología que usan, realizamos un test de correlación para confirmar si existe alguna correlación entre el tamaño de hogar y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años. Los resultados de este análisis indican que existe una correlación inversa estadísticamente significativa entre el grado de antigüedad de las tecnologías que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y el tamaño del hogar en que vive. Podemos por tanto concluir que en la Unión Europea los emprendedores sociales que viven en hogares con más miembros tienden a usar tecnologías más nuevas que aquellos que viven en hogares con menos miembros (Tabla 6.12.).

Tabla 6.12. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y la edad de los emprendedores sociales.

Correlación	Tamaño del Hogar
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	-0.1392*
Sig.	0.0081

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Este resultado es coherente con el resultado obtenido al analizar la relación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea y la novedad de la tecnología que utilizan ya que existe una correlación inversa significativa entre la edad de los emprendedores sociales y el tamaño del hogar en el que viven. Los emprendedores sociales de la Unión Europea más jóvenes tienden a vivir en hogares con más miembros que los que son más mayores (Tabla 6.13.).

Tabla 6.13. Test de correlación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea y el tamaño del hogar en que viven.

Correlación	Tamaño del Hogar
Edad Rango GEM	
Corr	-0.2358*
Sig.	0.0000

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.5. Ingresos

El 59% de los emprendedores sociales de nuestra muestra para la Unión Europea están en el tercio de renta superior. De ellos, el 39% usan tecnologías posteriores a 2004. Esta proporción de emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas versus los que usan tecnologías más antiguas es similar al de los emprendedores sociales en el tercio de renta inferior, donde el 42% usan tecnologías posteriores a 2004. De los emprendedores sociales en el tercio de renta intermedio, el 30% usan tecnologías posteriores a 2004 (Tabla 6.14.).

Tabla 6.14. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel de ingresos del hogar.

Tabla de contingencia Nivel de renta del hogar(Agrupado en tercios GEM) * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Nivel de ingresos del hogar (Agrupado en tercios GEM)	33% Inferior	Recuento	24	33	57
		% dentro de Nivel de renta del hogar (Agrupado en tercios GEM)	42%	58%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	19%	16%	17%
	33% Intermedio	Recuento	25	57	82
		% dentro de Nivel de renta del hogar (Agrupado en tercios GEM)	30%	70%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	20%	27%	24%
	33% Superior	Recuento	77	122	199
		% dentro de Nivel de renta del hogar(Agrupado en tercios GEM)	39%	61%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	61%	58%	59%
Total	Recuento		126	212	338
	% dentro de Nivel de renta del hogar(Agrupado en tercios GEM)		37%	63%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función de su nivel de renta no es estadísticamente significativa. Por tanto, no podemos afirmar que haya diferencias entre emprendedores sociales de diferentes niveles de renta en la novedad de la tecnología usada (Tabla 6.15.).

Tabla 6.15. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel de ingresos del hogar.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,356	2	,308
Razón de verosimilitudes	2,393	2	,302
Asociación lineal por lineal	,355	1	,551
N de casos válidos	338		

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,083	,308
	V de Cramer	,083	,308
	Coeficiente de contingencia	,083	,308
N de casos válidos		338	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Si bien no parece que haya relación entre el nivel de ingresos de los emprendedores sociales de la Unión Europea y la novedad de la tecnología que utilizan cuando agrupamos la novedad de tecnología en dos grupos, realizamos un test de correlación para confirmar si existe alguna correlación entre el tamaño de hogar y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años. Los resultados de este análisis confirman que no existe correlación entre el grado de antigüedad de las tecnologías que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y el nivel de ingresos del hogar en que viven. (Tabla 6.16.).

Tabla 6.16. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel de ingresos del hogar.

Correlación	Nivel de Ingresos del hogar
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	-0.0264
Sig.	0.6169

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.6. Nivel educativo

Los emprendedores sociales que con más frecuencia utilizan tecnologías de menos de cinco años de antigüedad son aquellos que tienen primer ciclo de secundaria, 59%, seguidos de aquellos que tienen educación post secundaria no terciaria, 48%. En el otro extremo, los que tienden a usar tecnologías antiguas con más frecuencia son aquellas que tienen educación primaria (71% usan tecnologías de más de cinco años de antigüedad). En la muestra sólo hay tres observaciones de emprendedores sociales con educación pre primaria y cuatro de emprendedores sociales con educación terciaria de segundo ciclo por lo que no tenemos en cuenta a estos grupos en este análisis. A este nivel del análisis es difícil concluir si en la muestra existe o no una relación entre el nivel educativo y la novedad de las tecnologías empleada por los emprendedores sociales (Tabla 6.17.)

Tabla 6.17. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel educativo.

Tabla de contingencia Nivel Educativo Armonizado NNUU * Novedad de la Tecnología ><5años

			Novedad de la Tecnología ><5años		Total	
			Menos de 5 años	Más de 5 años		
Nivel Educativo Armonizado NNUU	Educación Pre-primaria	Recuento	2	1	3	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	67%	33%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	1%	0%	1%	
	Educación Primaria	Recuento	2	5	7	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	29%	71%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	1%	2%	2%	
	Educación secundaria primer ciclo	Recuento	24	17	41	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	59%	41%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	15%	7%	10%	
	Educación secundaria segundo ciclo	Recuento	48	93	141	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	34%	66%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	31%	39%	36%	
	Educación post secundaria (no terciaria)	Recuento	22	24	46	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	48%	52%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	14%	10%	12%	
	Educación terciaria primer ciclo	Recuento	57	95	152	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	38%	63%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	37%	40%	39%	
	Educación terciaria segundo ciclo	Recuento	1	3	4	
		% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	25%	75%	100%	
		% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	1%	1%	1%	
	Total		Recuento	156	238	394
			% dentro de Nivel Educativo Armonizado NNUU	40%	60%	100%
			% dentro de Novedad de la Tecnología ><5años	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

El análisis de la diferencia en la distribución del uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en

función de su nivel educativo no se puede realizar de forma fiable porque no hay suficiente frecuencia de observaciones en algunas casillas. Por tanto, no podemos afirmar que haya diferencias entre emprendedores sociales de diferentes niveles educativos en la novedad de la tecnología usada (Tabla 6.18.).

Tabla 6.18. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del nivel educativo.

Pruebas de chi-cuadrado				
		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson		11,181	6	,083
Razón de verosimilitudes		11,029	6	,087
Asociación lineal por lineal		1,255	1	,263
N de casos válidos		394		
6 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,19.				

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint.	T aprox.	Sig. Aprox.
Nominal por nominal	Phi	,168			,083
	V de Cramer	,168			,083
	Coeficiente de contingencia	,166			,083
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,057	,051	1,121	,263
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,055	,051	1,083	,279
N de casos válidos		394			

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Aunque no hayamos podido confirmar la relación a nivel de diferencia en las distribuciones entre el nivel educativo de los emprendedores sociales de la Unión Europea y la novedad de la tecnología que utilizan cuando agrupamos la novedad de tecnología en dos grupos, realizamos un test de correlación para confirmar si existe alguna correlación entre el nivel educativo y si la tecnología es de menos de un año, de entre un año y cinco años o más antigua que cinco años. Los resultados de este análisis nos muestra que existe una correlación directa estadísticamente significativa entre el grado de antigüedad de las tecnologías que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y su nivel educativo. Es decir, los emprendedores sociales de la Unión Europea que tienen mayor nivel educativo tienden a usar tecnologías más antiguas (Tabla 6.19.).

Tabla 6.19. Test de correlación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel educativo de los emprendedores sociales.

Correlación	Nivel Educativo
Novedad de la tecnología agrupada en tres tipos	
Corr	0.1196*
Sig.	0.0231

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Puede resultar sorprendente que en la Unión Europea a mayor nivel educativo de los emprendedores sociales, menor sea el grado de novedad de las tecnologías que emplea. Sin embargo es un resultado coherente si se tiene en cuenta que entre los emprendedores sociales de la Unión Europea un mayor nivel educativo está correlacionado de forma directa y significativa con la edad (Tabla 6.20.). Es decir, a más edad, mayor nivel educativo. Ya quedó establecido que una edad más adulta de los emprendedores sociales de la Unión Europea se relaciona con el uso de tecnologías más antiguas mientras que son los más jóvenes (con menor nivel educativo) los que con más frecuencia usan nuevas tecnologías.

Tabla 6.20. Test de correlación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea dividida en tres categorías y el nivel educativo de los emprendedores sociales.

Correlación	Nivel Educativo
Edad Rango GEM	
Corr	0.1012*
Sig.	0.0011

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.1.7. Tipos de emprendedor social

Otro factor importante es saber si los emprendedores sociales de categorías diferentes (ONG, híbridos y con ánimo de lucro) usan tecnologías de novedad similar o su relación con la novedad de las tecnologías que emplean es diferente. El 47% de los emprendedores sociales híbridos usan tecnologías posteriores a 2004. Sin embargo, entre los emprendedores sociales con ánimo de lucro usan tecnologías posteriores a 2004 un porcentaje algo menor, el 35%. En comparación, sólo el 24% de los emprendedores sociales ONG usa tecnologías posteriores a 2004. Además, del total de emprendedores sociales en la Unión Europea que usan tecnologías posteriores a 2004, el 58% del total son emprendedores sociales híbridos, mientras que el 33% lo son con ánimo

de lucro y el sólo 9% son emprendedores sociales ONG (Tabla 6.21.). Por tanto, en nuestra muestra sí hay diferencias entre las distintas categorías de emprendedor social en función de la novedad de las tecnologías que emplean.

Tabla 6.21. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de las categorías y subcategorías de emprendedor social.

Tabla de contingencia Emprendedor social categorías * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Emprendedor social categorías	Emprendedor social ONG	Recuento	15	48	63
		% dentro de Emprendedor social categorías	24%	76%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	9%	20%	16%
	Emprendedor social híbrido	Recuento	91	101	192
		% dentro de Emprendedor social categorías	47%	53%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	58%	41%	48%
	Emprendedor social con ánimo de lucro	Recuento	52	96	148
		% dentro de Emprendedor social categorías	35%	65%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	33%	39%	37%
Total	Recuento		158	245	403
	% dentro de Emprendedor social categorías		39%	61%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función del tipo de emprendedor social sí es estadísticamente significativa (Tabla 6.22.). Podemos afirmar por tanto que los distintos tipos de emprendedores sociales de la Unión Europea tienden a usar tecnología de novedad diferente.

Tabla 6.22. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de las categorías de emprendedor social.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,698	2	,002
Razón de verosimilitudes	13,050	2	,001
Asociación lineal por lineal	,293	1	,588
N de casos válidos	403		

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,178	,002
	V de Cramer	,178	,002
	Coeficiente de contingencia	,175	,002
N de casos válidos		403	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En este caso, no realizamos el análisis de correlación porque estamos frente a una variable categórica no ordinal. Por tanto, el sentido de la correlación no nos ofrecería información adicional sobre la relación entre las distintas categorías de emprendedor social y la novedad de la tecnología que utilizan. El resultado de este análisis es relevante porque indica que es interesante realizar la contrastación de las hipótesis tanto para los emprendedores sociales en general como por cada categoría de emprendedor social ya que los resultados podrían ser diferentes.

En esta sección hemos trazado una descripción de los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías. Como resultado de nuestro análisis sabemos que los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan tecnologías más nuevas tienden a tener menor edad, menor nivel educativo y viven en hogares más grandes que aquellos que usan tecnologías más antiguas. Además, sabemos que las distintas categorías de emprendedor social se comportan diferente respecto a la novedad de la tecnología que utilizan. Así pues, a la hora de contrastar las hipótesis que plantea el presente estudio incluiremos la edad, nivel educativo y tamaño del hogar como variables de control y realizaremos la contrastación de las hipótesis tanto para los emprendedores sociales en general como para los emprendedores sociales por categorías.

6.2. Emprendimiento social, nuevas tecnologías y desempeño en aspectos no económicos

La primera hipótesis que plantea este estudio es que *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas creadas por personas que usan tecnología antigua*. Las dos variables que usaremos para valorar el desempeño de las empresas sociales son:

- Exportación: si tiene o no clientes fuera del país y qué porcentaje
- Número de empleados para empresas de hasta 40 empleados.

6.2.1. Emprendimiento social, nuevas tecnologías y exportación

6.2.1.1. Relación entre novedad de la tecnología y si tienen o no clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea

En la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor* la variable que mide si los emprendedores exportan es la que recoge qué porcentaje de sus clientes están en un país distinto al del emprendedor. Entre los emprendedores sociales de la Unión Europea que no exportan, es decir no tienen clientes fuera de su país, la proporción de los que usan tecnologías creadas después de 2004 es del 35%. Este porcentaje asciende al 40% para aquellos emprendedores sociales en la Unión Europea que sí tienen clientes fuera del país (Tabla 6.23.). Por tanto en nuestra muestra los emprendedores sociales de la Unión Europea que exportan tienden a usar tecnologías más nuevas con más frecuencia que los que no exportan.

Tabla 6.23. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si tienen clientes fuera del país.

Tabla de contingencia Tiene clientes que viven fuera del país * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Tiene clientes que viven fuera del país	No	Recuento	57	105	162
		% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país	35%	65%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	40%	45%	43%
	Sí	Recuento	85	128	213
		% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país	40%	60%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	60%	55%	57%
Total	Recuento		142	233	375
	% dentro de Tiene clientes que viven fuera del país		38%	62%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

Sin embargo, la diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función de si tienen o no clientes fuera del país no es estadísticamente significativa. Por tanto, no podemos afirmar en este punto del análisis que en la población de la Unión Europea haya diferencias entre emprendedores sociales

en cuanto a la novedad de la tecnología usada en función de si tienen clientes fuera del país o no (Tabla 6.24.).

Tabla 6.24. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si tienen clientes fuera del país.

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,872	1	,351		
Corrección por continuidad ^b	,683	1	,409		
Razón de verosimilitudes	,874	1	,350		
Estadístico exacto de Fisher				,390	,204
Asociación lineal por lineal	,869	1	,351		
N de casos válidos	375				

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	-,048	,351
	V de Cramer	,048	,351
	Coeficiente de contingencia	,048	,351
N de casos válidos		375	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Completamos el análisis con un modelo de predicción en que la variable que captura la novedad de la tecnología está desagregada en tres categorías. Al hacer la regresión para averiguar si existe una relación de causalidad entre el uso de tecnologías más nuevas y la probabilidad de tener clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea, vemos que ninguno de los coeficientes es significativo (Tabla 6.25.). Por tanto, no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la probabilidad de exportar de los emprendedores sociales de la Unión Europea.

Tabla 6.25. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el hecho de tener clientes fuera del país.

Número de obs.	337
F(5, 331)	0,4100
Prob > F	0,8443
R-cuadrado	0,0077
Raíz Error Cuadrático Medio	0,4981

Tiene clientes que viven fuera del país	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,0492	0,0986	0,50	0,618	-0,1446	0,2431
Novedad de la tecnología 1-5años	0,0706	0,0805	0,88	0,381	-0,0877	0,2289
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	0,33	0,738	0,0000	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0181	0,0232	0,78	0,434	-0,0274	0,0637
Tamaño del Hogar	-0,0252	0,0470	-0,54	0,592	-0,1176	0,0672
_cons	0,4884	0,1611	3,03	0,003	0,1716	0,8053

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.2.1.2. Relación entre la novedad de la tecnología y si tienen o no clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social

Al realizar el análisis por categorías de emprendedor social se confirma que el comportamiento de los emprendedores sociales de distintas categorías en cuanto al uso de nueva tecnología y las exportaciones es diferente. Realizamos la contrastación de la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la probabilidad de exportar de los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías con un modelo de predicción en que la variable que captura la novedad e la tecnología está desagregada en tres categorías. Al hacerlo, observamos que sí hay coeficientes significativos para el uso de tecnología posterior a 2008 en los emprendedores sociales con ánimo de lucro y para tecnología de entre 2004 y 2008 para los emprendedores sociales híbridos. En ambos casos, los emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas tienen más probabilidad de exportar que los que usan tecnología más antigua (Tabla 6.26.). Este efecto no se produce en el caso de emprendedores sociales ONG.

Tabla 6.26. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el hecho de tener clientes fuera del país por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social ONG	
Número de obs.	57
F(5, 51)	0,140
Prob > F	0,982
R-cuadrado	0,012
Raíz Error Cuadrático Medio	0,466

Tiene clientes que viven fuera del país	Coef,	Err. Est. Robusto	T	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	(descartado)					
Novedad de la tecnología 1-5años	-0,0293	0,2380	-0,12	0,903	-0,5070	0,4484
Novedad de la tecnología >5años	-0,0156	0,1805	-0,09	0,931	-0,3779	0,3467
Edad Rango GEM	0,0000	0,0001	-0,26	0,798	-0,0002	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	-0,0346	0,0606	-0,57	0,57	-0,1562	0,0870
Tamaño del Hogar	-0,0310	0,0990	-0,31	0,755	-0,2298	0,1677
_cons	1,0222	0,4096	2,5	0,016	0,1999	1,8445

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social híbrido	
Número de obs.	162
F(5, 156)	1,1200
Prob > F	0,3500
R-cuadrado	0,0459
Raíz Error Cuadrático Medio	0,4845

Tiene clientes que viven fuera del país	Coef,	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	(descartado)					
Novedad de la tecnología 1-5años	0,2945	0,1356	2,17	0,031	0,0265	0,5624
Novedad de la tecnología >5años	0,2117	0,1317	1,61	0,11	-0,0485	0,4719
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	0,2	0,841	-0,0001	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0181	0,0271	0,67	0,506	-0,0354	0,0715
Tamaño del Hogar	0,0100	0,0636	0,16	0,875	-0,1156	0,1357
_cons	0,3090	0,2228	1,39	0,168	-0,1312	0,7492

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social con ánimo de lucro	
Número de obs.	118
F(5, 112)	3,0600
Prob > F	0,0126
R-cuadrado	0,1059
Raíz Error Cuadrático Medio	0,4811

Tiene clientes que viven fuera del país	Coef,	Robust Std, Err	t	P> t	[95% Conf, Interval]	
Novedad de la tecnología <1año	0,3421	0,1682	2,03	0,044	0,0088	0,6755
Novedad de la tecnología 1-5años	(descartado)					
Novedad de la tecnología >5años	-0,0964	0,1403	-0,69	0,493	-0,3744	0,1816
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	-0,07	0,945	-0,0001	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0211	0,0419	0,5	0,615	-0,0619	0,1042
Tamaño del Hogar	-0,1191	0,0807	-1,48	0,143	-0,2790	0,0408
_cons	0,5838	0,3200	1,82	0,071	-0,0502	1,2179

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.2.1.3. Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que sí tienen clientes fuera del país

También es interesante saber si, entre los emprendedores sociales que sí exportan, hay algún efecto de la novedad de la tecnología que utilizan no sólo sobre si exportan o no sino también sobre el porcentaje de clientes que tienen fuera del país. Entre los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan tecnologías más nuevas y tienen clientes fuera del país, el 46% tiene más del 25% de sus clientes fuera del país. Este porcentaje en el caso los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan tecnologías más antiguas y tienen clientes fuera del país es del 31%. Dentro del grupo de emprendedores sociales que tienen entre el 1% y el 25% de sus clientes fuera del país, el 34% usa tecnologías de menos de cinco años (Tabla 6.27.).

Además, en el grupo de emprendedores sociales que usan tecnologías de menos de cinco años el 54% exporta entre el 1% y el 25% mientras que en el grupo de emprendedores sociales que usan tecnologías más antiguas el 69% tiene entre el 1% y el 25% de sus clientes fuera del país (Tabla 6.27.). Estos resultados indicarían que en nuestra muestra los emprendedores sociales de la Unión Europea que tienen más de un 25% de sus clientes fuera del país tienden a usar tecnologías más nuevas con más frecuencia que los que tienen menos del 25% de sus clientes fuera del país.

Tabla 6.27. Novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de clientes fuera del país.

Tabla de contingencia % de clientes que vive fuera del país * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
% de clientes que vive fuera del país	1%-25%	Recuento	46	88	134
		% dentro de % de clientes que vive fuera del país	34%	66%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	54%	69%	63%
	26%-50%	Recuento	17	8	25
		% dentro de % de clientes que vive fuera del país	68%	32%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	20%	6%	12%
	51%-75%	Recuento	11	18	29
		% dentro de % de clientes que vive fuera del país	38%	62%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	13%	14%	14%
	76%-100%	Recuento	11	14	25
		% dentro de % de clientes que vive fuera del país	44%	56%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	13%	11%	12%
Total	Recuento		85	128	213
	% dentro de % de clientes que vive fuera del país		40%	60%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Vemos que sí hay una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas versus tecnologías más antiguas en función del porcentaje de clientes que tienen fuera del país (Tabla 6.28.). Por tanto, la diferencia en la distribución que hemos encontrado en nuestra muestra refleja una diferencia en la distribución en la población de emprendedores sociales de la Unión Europea.

Tabla 6.28. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de clientes fuera del país.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,188	3	,017
Razón de verosimilitudes	10,029	3	,018
Asociación lineal por lineal	1,336	1	,248
N de casos válidos	213		

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,219	,017
	V de Cramer	,219	,017
	Coeficiente de contingencia	,214	,017
N de casos válidos		213	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Completamos el análisis con un modelo de predicción en que la variable que captura la novedad de la tecnología está desagregada en tres categorías. Al hacer la regresión para averiguar si existe una relación de causalidad entre el uso de tecnologías más nuevas y la probabilidad de tener un porcentaje mayor de clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea, vemos que ninguno de los coeficientes es significativo (Tabla 6.29.). Por tanto, no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la probabilidad de tener más clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que ya exportan. No podemos establecer una relación causal para la diferencia anteriormente observada en la distribución al verlo para emprendedores sociales en general.

Tabla 6.29. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de clientes fuera del país.

Número de obs.	190
F(5, 184)	0,3400
Prob > F	0,8858
R-cuadrado	0,0131
Raíz Error Cuadrático Medio	1,0936

% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,0554	0,2402	0,23	0,818	-0,4185	0,5292
Novedad de la tecnología 1-5años	0,2462	0,2625	0,94	0,349	-0,2716	0,7641
Edad Rango GEM	0,0000	0,0001	0,47	0,636	-0,0001	0,0002
Nivel Educativo Armonizado NNUU	-0,0387	0,0563	-0,69	0,492	-0,1498	0,0723
Tamaño del Hogar	-0,0572	0,1363	-0,42	0,675	-0,3261	0,2118
_cons	1,8088	0,4060	4,46	0,000	1,0078	2,6099

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.2.1.4. Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que sí tienen clientes fuera del país por categorías de emprendedor social

Cuando repetimos el análisis para las distintas categorías de emprendedor social observamos que no hay un efecto estadísticamente significativo de la novedad de la tecnología sobre el porcentaje de clientes que tienen fuera del país para ninguna de las categorías de emprendedor social. (Tabla 6.30).

Tabla 6.30. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de clientes fuera del país por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social ONG	
Número de obs.	38
F(5, 32)	1,280
Prob > F	0,295
R-cuadrado	0,137
Raíz Error Cuadrático Medio	1,106

% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	Coef,	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,1673	0,5442	0,31	0,761	-0,9412	1,2757
Novedad de la tecnología 1-5años	-0,1577	0,3850	-0,41	0,685	-0,9419	0,6266
Edad Rango GEM	0,0000	0,0002	-0,06	0,951	-0,0004	0,0004
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,1514	0,1864	0,81	0,423	-0,2284	0,5312
Tamaño del Hogar	0,6083	0,2668	2,28	0,029	0,0648	1,1518
_cons	0,0695	1,1327	0,06	0,951	-2,2378	2,3769

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social híbrido	
Número de obs.	101
F(5, 95)	1,820
Prob > F	0,117
R-cuadrado	0,080
Raíz Error Cuadrático Medio	1,046

% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	Coef,	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,2679	0,2719	0,99	0,327	-0,2719	0,8076
Novedad de la tecnología 1-5años	0,3173	0,2814	1,13	0,262	-0,2414	0,8759
Edad Rango GEM	0,0000	0,0001	0,31	0,759	-0,0001	0,0002
Nivel Educativo Armonizado NNUU	-0,0971	0,0553	-1,76	0,082	-0,2069	0,0126
Tamaño del Hogar	-0,3002	0,1464	-2,05	0,043	-0,5908	-0,0096
_cons	2,4320	0,5046	4,82	0	1,4302	3,4337

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social con ánimo de lucro	
Número de obs.	51
F(5, 45)	0,420
Prob > F	0,832
R-cuadrado	0,054
Raíz Error Cuadrático Medio	1,155

% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	Coef,	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,1127	0,4376	0,26	0,798	-0,7686	0,9940
Novedad de la tecnología 1-5años	0,4744	0,6816	0,70	0,49	-0,8984	1,8471
Edad Rango GEM	0,0001	0,0002	0,51	0,609	-0,0003	0,0005
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0900	0,1392	0,65	0,521	-0,1903	0,3703
Tamaño del Hogar	-0,1189	0,2397	-0,50	0,622	-0,6017	0,3639
_cons	1,1057	0,7443	1,49	0,144	-0,3935	2,6049

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En resumen, se concluye que uso de tecnologías más nuevas genera una mayor probabilidad de exportar para los emprendedores sociales híbridos y con ánimo de lucro de la Unión Europea. Sin embargo, una vez que los emprendedores sociales de la Unión Europea ya se han decidido a exportar, no existe ningún efecto de la novedad de la tecnología sobre el porcentaje de clientes que tienen fuera del país, ni siquiera para los emprendedores sociales con ánimo de lucro.

6.2.2. Emprendimiento social, nuevas tecnologías y número de empleados en emprendedores sociales con hasta 40 empleados

6.2.2.1. Relación entre la novedad de la tecnología y el número de empleados para los emprendedores sociales de la Unión Europea con hasta 40 empleados

El primer paso en la contrastación de esta parte de la primera hipótesis es hacer un análisis estadístico descriptivo de la distribución de emprendedores sociales de la Unión Europea en función del número de empleados según la novedad de la tecnología que emplean. Observamos que, si bien en nuestra muestra el número medio de empleados de los emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas es algo mayor que para los que usan tecnologías más antiguas, esta diferencia no es estadísticamente significativa. No podemos por tanto afirmar que el número de trabajadores que tienen los emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas respecto a aquellos que usan tecnologías más antiguas para los emprendedores sociales de la Unión Europea en conjunto sea diferente (Tabla 6.31.).

Tabla 6.31. Test de igualdad de medias en el número de trabajadores en función de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea.

Estadísticos de grupo					
	Novedad de la tecnología ><5años	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Número de trabajadores no dueños	Menos de 5 años	81	5,4440	7,82762	,86915
	Más de 5 años	123	5,3922	6,40146	,57827

Prueba de muestras independientes

Número de trabajadores no dueños	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	Gl	Sig. (bil)	Dif. de medias	Error típ. de la dif.	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
								Inferior	Superior
Se han asumido varianzas iguales	,59	,44	,05	202	,959	,05174	1,002	-1,925	2,029
No se han asumido varianzas iguales			,05	166	,961	,05174	1,0435	-2,0116	2,115

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al contrastar la hipótesis nula de que no hay diferencia en la media de trabajadores en las empresas sociales de la Unión Europea producida por la novedad de la tecnología que emplean, observamos que ninguno de los coeficientes del modelo es significativo. En el caso de emprendedores sociales en general de la Unión Europea no podemos afirmar que el hecho de usar tecnologías más nuevas tenga ningún efecto sobre el número de empleados (Tabla 6.32.).

Tabla 6.32. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el número de trabajadores.

Número de obs.	194
F(4, 189)	2,1100
Prob > F	0,0813
R-cuadrado	0,0413
Raíz Error Cuadrático Medio	6,9822

Número de trabajadores no dueños	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,1313	2,5278	0,05	0,959	-4,8548	5,1174
Novedad de la tecnología 1-5años	0,8892	1,1400	0,78	0,436	-1,3594	3,1377
Edad Rango GEM	0,0009	0,0006	1,38	0,169	-0,0004	0,0021
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,3334	0,3752	0,89	0,375	-0,4066	1,0734
Tamaño del hogar (agrupado)	1,2315	0,7042	1,75	0,082	-0,1575	2,6205
Constante	-1,4275	3,5435	-0,40	0,688	-8,4169	5,5619

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.2.2.2. Relación entre la novedad de la tecnología y el número de empleados para los emprendedores sociales de la Unión Europea con hasta 40 empleados por categorías de emprendedor social

Sin embargo, al hacer el test T de igualdad de medias para las diferentes categorías de emprendedores sociales vemos que sí hay diferencias significativas en el caso de los emprendedores sociales con ánimo de lucro (Tabla 6.33.). Para esta categoría de emprendedor social la media de empleados de las empresas sociales que usan categorías más nuevas es menor, 28 empleados, que en el caso de aquella que usan tecnologías más antiguas, que tienen una media de 31 empleados.

Tabla 6.33. Test de igualdad de medias en el número de trabajadores en función de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social.

Estadísticos de grupo									
Emprendedor social categorías			Novedad de la tecnología		N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	
			><5años						
Emprendedor social ONG	Número de trabajadores no dueños		Menos de 5 años		13	9,7072	13,76562	3,87714	
			Más de 5 años		46	7,0318	8,08623	1,18998	
Emprendedor social híbrido	Número de trabajadores no dueños		Menos de 5 años		40	6,1417	6,60684	1,04068	
			Más de 5 años		45	3,7668	4,88565	,72448	
Emprendedor social con ánimo de lucro	Número de trabajadores no dueños		Menos de 5 años		28	2,5410	4,31825	,81319	
			Más de 5 años		31	5,3345	4,91045	,88351	

Prueba de muestras independientes									
Emprendedor social categorías			Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias				
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Dife de medias	Error típ. de la dif.
Emprendedor social ONG	Número de trabajadores no dueños	Se han asumido varianzas iguales	3,749	,058	,884	57	,381	2,6754	3,0273
		No se han asumido varianzas iguales			,660	13,86	,520	2,6754	4,0556
Emprendedor social híbrido	Número de trabajadores no dueños	Se han asumido varianzas iguales	,768	,38	1,91	84	,060	2,3750	1,2455
		No se han asumido varianzas iguales			1,87	71,74	,065	2,3750	1,2680
Emprendedor social con ánimo de lucro	Número de trabajadores no dueños	Se han asumido varianzas iguales	,530	,47	-2,31	57	,024	-2,7935	1,2079
		No se han asumido varianzas iguales			-2,33	57,02	,024	-2,7935	1,2007

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Al contrastar la hipótesis nula de que no hay diferencia en la media de trabajadores en las empresas sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social producida por la novedad de la tecnología que emplean, observamos que sí hay un efecto estadísticamente significativo del uso de tecnologías posteriores a 2008 sobre el número de trabajadores para emprendedores sociales con ánimo de lucro. En el caso de emprendedores sociales con ánimo de lucro el hecho de usar tecnologías más nuevas está asociado con un número menor de empleados (Tabla 6.34.).

Tabla 6.34. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el número de trabajadores por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social ONG	
Número de obs.	56
F(5,50)	1,470
Prob > F	0,218
R-cuadrado	0,215
Raíz Error Cuadrático Medio	8,837

Número de trabajadores no dueños/Emprendedor Social ONG	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	7,7846	6,9900	1,11	0,271	-6,2553	2,1825
Novedad de la tecnología 1-5años	-0,8450	3,4999	-0,24	0,810	-7,8747	6,1846
Edad Rango GEM	0,0033	0,0014	2,36	0,022	0,0005	0,0062
Nivel Educativo Armonizado NNUU	-0,6424	1,0630	-0,60	0,548	-2,7775	1,4927
Tamaño del Hogar	-0,0096	1,5242	-0,01	0,995	-3,0710	3,0518
_cons	-2,9726	9,3837	-0,32	0,753	-2,1820	1,5875

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social híbrido	
Número de obs.	84
F(5,78)	2,240
Prob > F	0,059
R-cuadrado	0,085
Raíz Error Cuadrático Medio	5,768

Número de trabajadores no dueños/Emprendedor Social Híbrido	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	1,6286	2,3489	0,69	0,490	-3,0478	6,3050
Novedad de la tecnología 1-5años	2,6726	1,5292	1,75	0,084	-0,3717	5,7170
Edad Rango GEM	-0,0004	0,0005	-0,79	0,432	-0,0014	0,0006
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,5446	0,2783	1,96	0,054	-0,0095	1,0986
Tamaño del Hogar	0,8833	1,0532	0,84	0,404	-1,2133	2,9800
_cons	1,5835	2,5758	0,61	0,540	-3,5445	6,7116

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social con ánimo de lucro	
Número de obs.	57
F(5,51)	7,970
Prob > F	0,000
R-cuadrado	0,321
Raíz Error Cuadrático Medio	4,154

Número de trabajadores no dueños/ Emprendedor Social con Ánimo de Lucro	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t 	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	-5,1617	1,0808	-4,78	0,000	-7,3314	-2,9920
Novedad de la tecnología 1-5años	-1,6100	1,8758	-0,86	0,395	-5,3757	2,1558
Edad Rango GEM	0,0000	0,0006	0,06	0,953	-0,0011	0,0012
Nivel Educativo Armonizado NNUU	-0,0149	0,3920	-0,04	0,970	-0,8018	0,7720
Tamaño del Hogar	2,5944	1,0156	2,55	0,014	0,5555	4,6334
_cons	0,8564	2,4357	0,35	0,727	-4,0335	5,7462

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esto es perfectamente coherente con las definiciones de las distintas categorías de emprendedores sociales. Los emprendedores sociales con ánimo de lucro dependen al 100% de ingresos de mercado para mantenerse por lo que es lógico que usen tecnologías más nuevas para ser más eficientes y tener estructuras de costes escalables y menos dependientes en recursos humanos. En el caso de los emprendedores sociales ONG e Híbridos, su menor dependencia de los ingresos de mercado genera unos incentivos diferentes.

6.3. Emprendimiento social, nuevas tecnologías y generación de ingresos de mercado

La segunda hipótesis que plantea este estudio es que *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas*. El primer análisis que realizamos es si el uso de tecnologías más nuevas aumenta la probabilidad de generar ingresos por vía de mercado. Dado que tanto las empresas sociales híbridas como las empresas sociales con ánimo de lucro por definición generan ingresos por vía de mercado en esta sección nos centraremos en las empresas sociales ONG. En una siguiente fase trataremos de averiguar si, para aquellas que sí generan ingresos por vía de mercado, el uso de nuevas tecnologías se asocia con una mayor probabilidad de generar un mayor porcentaje de sus ingresos por vía de mercado. Para el análisis del efecto de la novedad de las tecnologías utilizadas sobre el porcentaje de ingresos de mercado eliminamos de la muestra los

emprendedores sociales con ánimo de lucro ya que estos emprendedores, por definición, tienen un 100% de ingresos procedentes de mercado, independientemente de cualquier otra variable. Así pues, en esta parte nos centramos sólo en los emprendedores sociales ONG y emprendedores sociales híbridos.

6.3.1. Relación entre la novedad de la tecnología y si generan ingresos de mercado para los emprendedores sociales ONG de la Unión Europea

La primera observación importante es que muy pocas empresas sociales ONG generan ingresos de mercado. Esto tiene que ver con la propia naturaleza de estas organizaciones. Entre las empresas sociales ONG, una amplia mayoría de los emprendedores sociales ONG que no generan ingresos por vía de mercado usan tecnologías de más de cinco años, el 74%. A la inversa, la proporción de los que usan tecnologías de menos de cinco años alcanza sólo el 26%. En el caso de las empresas sociales ONG que sí generan ingresos por vía de mercado, el 80% usa tecnologías de más de cinco años frente al 20% que usa tecnologías de menos de cinco años (Tabla 6.35.). Parece por tanto, que haya una relación inversa en nuestra muestra entre el uso de tecnologías más nuevas y la generación de ingresos por vía de mercado.

Tabla 6.35. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si obtiene ingresos generados por vía de mercado por categorías.

Tabla de contingencia Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas * Novedad de la tecnología ><5años

Emprendedor social categorías			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Tiene ingresos de mercado para ES ONG	No	Recuento	11	31	42
		% dentro de Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas	26%	74%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	79%	72%	74%
		% del total	19%	54%	74%
	Sí	Recuento	3	12	15
		% dentro de Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas	20%	80%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	21%	28%	26%
		% del total	5%	21%	26%
Total	Recuento		14	43	57
	% dentro de Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas		25%	75%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%
	% del total		25%	75%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

La diferencia en la distribución que vemos en la muestra no es estadísticamente significativa. Por tanto, sobre la base de esta primera aproximación al análisis, no podemos afirmar que exista un efecto del uso de tecnologías más nuevas sobre la probabilidad de generar ingresos por vía de mercado para las empresas sociales ONG (Tabla 6.36).

Tabla 6.36. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si genera ingresos de mercado por categorías de emprendedor social.

Pruebas de chi-cuadrado					
Emprendedor social categorías		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)
Emprendedor social ONG	Chi-cuadrado de Pearson	,229	1	,633	
	Corrección por continuidad ^b	,017	1	,898	
	Razón de verosimilitudes	,236	1	,627	
	Estadístico exacto de Fisher				,739
	Asociación lineal por lineal	,225	1	,636	
	N de casos válidos	57			
Emprendedor social híbrido	Chi-cuadrado de Pearson	,000	1	1,000	
	Corrección por continuidad ^b	,000	1	1,000	
	Razón de verosimilitudes	,000	1	1,000	
	Estadístico exacto de Fisher				1,000
	N de casos válidos	53			

a. 1 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,68.
b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.
c. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,00.

Medidas simétricas					
Emprendedor social categorías			Valor	Error típ. asint.a	T aproximada
Emprendedor social ONG	Nominal por nominal	Phi	,063		,633
		V de Cramer	,063		,633
		Coeficiente de contingencia	,063		,633
	Intervalo por intervalo	R de Pearson	,063	,126	,471
		Correlación de Spearman	,063	,126	,471
	N de casos válidos		57		
Emprendedor social híbrido	Nominal por nominal	Phi	,000		1,000
		V de Cramer	,000		1,000
		Coeficiente de contingencia	,000		1,000
	N de casos válidos		53		

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

No obstante, una vez más, hemos de ir más allá del análisis estadístico para contrastar nuestra hipótesis, en esta ocasión utilizando la novedad de la tecnología dividida en tres categorías. Observamos en los resultados de la regresión que en el caso de las empresas sociales ONG el coeficiente de regresión de las variables que capturan la novedad de la tecnología es significativo y tiene signo negativo. Es decir, las empresas sociales ONG que usan tecnologías posteriores a 2008 tienen una probabilidad menor de generar ingresos por vías de mercado que las que usan tecnologías más antiguas que 2008 (Tabla 6.37.).

Tabla 6.37. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y si generan o no ingresos por vía de mercado por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social ONG						
Número de obs.	51					
F(5,45)	2,640					
Prob > F	0,035					
R-cuadrado	0,115					
Raíz Error Cuadrático Medio	0,438					

Número de trabajadores no dueños/Emprendedor Social ONG	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	-0,4678	0,2107	-2,22	0,031	-0,8921	-0,0435
Novedad de la tecnología 1-5años	(descartado)					
Novedad de la tecnología >5años	-0,1681	0,2328	-0,72	0,474	-0,6370	0,3007
Edad Rango GEM	-0,0001	0,0001	-1,20	0,236	-0,0002	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0397	0,0627	0,63	0,530	-0,0866	0,1660
Tamaño del Hogar	0,0211	0,1095	0,19	0,848	-0,1994	0,2416
_cons	0,5374	0,3816	1,41	0,166	-0,2312	1,3059

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.3.2. Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de ingresos de mercado para emprendedores sociales de la Unión Europea que sí generan ingresos de mercado

Otra cuestión relevante es saber si, una vez que las empresas sociales (excluidos los que tienen ánimo de lucro), deciden que sí quieren generar ingresos por vía de mercado, hay una diferencia en el porcentaje de ingresos de mercado que consiguen generar en función de la novedad de las tecnologías que utilizan. Entre los emprendedores sociales (excluidos los que

tienen ánimo de lucro) que usan tecnologías de menos de cinco años y que generan ingresos de mercado, el 76% genera más de un 25% de ingresos de mercado. En comparación, un 72% de los emprendedores sociales que usan tecnologías de más de cinco años de antigüedad y generan ingresos de mercado, genera más de un 25% de ingresos de mercado. (Tabla 6.38.). Esto parece indicar que, al menos en nuestra muestra, sí hay una mayor probabilidad de tener ingresos de mercado de más del 25% para empresas sociales que usan tecnologías más nuevas.

Tabla 6.38. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado que generan.

Tabla de contingencia Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25% * Novedad de la tecnología ><5años

			Novedad de la tecnología ><5años		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	Menos del 25%	Recuento	6	10	16
		% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	38%	63%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	24%	28%	26%
	Más del 25%	Recuento	19	26	45
		% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	42%	58%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	76%	72%	74%
Total	Recuento		25	36	61
	% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%		41%	59%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología ><5años		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Sin embargo la diferencia que observamos en nuestra muestra en la distribución de los emprendedores sociales de la Unión Europea (excluidos los que tienen ánimo de lucro) que usan tecnologías más nuevas o menos nuevas en función del porcentaje de ingresos de mercado que generan no es estadísticamente significativa (Tabla 6.39.). Por tanto, no podemos afirmar en este nivel del análisis que la diferencia en la distribución que hemos encontrado en nuestra muestra refleje una diferencia en la distribución en la población y, por tanto, indique una relación positiva entre el uso de tecnologías más nuevas y la generación de más de un 25% de los ingresos por vía de mercado.

Tabla 6.39. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado.

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,109	1	,741		
Corrección por continuidad	,001	1	,973		
Razón de verosimilitudes	,110	1	,741		
Estadístico exacto de Fisher				,777	,490
Asociación lineal por lineal	,107	1	,744		
N de casos válidos	61				

Medidas simétricas					
		Valor	Error típ. asint.a	T aprox.	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	-,042			,741
	V de Cramer	,042			,741
	Coeficiente de contingencia	,042			,741
Intervalo por intervalo	R de Pearson	-,042	,127	-,325	,747
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,042	,127	-,325	,747
N de casos válidos		61			

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Vamos un paso más allá en nuestro análisis, contrastando la hipótesis nula de que no existe diferencia en la probabilidad de generar más de un 25% de ingresos de mercado en función de la novedad de la tecnología que se usa (codificada en tres categorías). En el modelo de predicción observamos que sí hay un efecto positivo y estadísticamente significativo del uso de tecnologías posteriores a 2008 sobre la probabilidad de generar ingresos de mercado de más del 25% para los emprendedores sociales en general (excluidos los emprendedores sociales con ánimo de lucro) (Tabla 6.40).

Tabla 6.40. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de ingresos de mercado.

Número de obs.	61
F(5, 55)	2,9900
Prob > F	0,0185
R-cuadrado	0,1933
Raíz Error Cuadrático Medio	0,3974

Porcentaje de ingresos procedentes de mercado superior al 25% para empresas sociales ONG e Híbridas	Coef.	Err. Est. Robust	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología <1 año	0,2849	0,1265	2,25	0,028	0,0313	0,5384
Novedad de la tecnología 1-5 años	-0,0051	0,1614	-0,03	0,975	-0,3285	0,3183
Edad Rango GEM	-0,0001	0,0000	-1,58	0,119	-0,0001	0,0000
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,1174	0,0400	2,93	0,005	0,0372	0,1977
Tamaño del Hogar	-0,2833	0,0798	-3,55	0,001	-0,4433	-0,1233
_cons	0,9978	0,1869	5,34	0,000	0,6232	1,3724

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

6.3.3. Relación entre la novedad de la tecnología y el porcentaje de ingresos de mercado para emprendedores sociales de la Unión Europea que sí generan ingresos de mercado por categorías de emprendedor social.

Al repetir este análisis para los emprendedores sociales ONG y los emprendedores sociales híbridos por separado, el pequeño número de emprendedores sociales ONG que sí generan ingresos de mercado en nuestra muestra (apenas tres observaciones) hace imposible sacar conclusiones para este grupo. (Tabla 6.41.). Entre los emprendedores sociales híbridos que usan tecnologías de menos de cinco años y que generan ingresos de mercado, el 79% genera más de un 25% de ingresos de mercado. En comparación, un 76% de los emprendedores sociales que usan tecnologías de más de cinco años de antigüedad y generan ingresos de mercado, genera más de un 25% de ingresos de mercado. De nuevo, esto indica que en nuestra muestra sí se produce un efecto positivo del uso de tecnologías más nuevas por parte de los emprendedores sociales híbridos sobre su probabilidad de generar más de un 25% de sus ingresos por vía de mercado.

Tabla 6.41. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos generados por vía de mercado por categorías de emprendedor social.

Tabla de contingencia Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25% * Novedad de la tecnología ><5años

Emprendedor social categorías				Novedad de la tecnología ><5años		Total
				Menos de 5 años	Más de 5 años	
Emprendedor social ONG	Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	Menos del 25%	Recuento	1	2	3
			% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	33%	67%	100%
			% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%
	Total		Recuento	1	2	3
			% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	33%	67%	100%
			% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%
Emprendedor social híbrido	Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	Menos del 25%	Recuento	5	8	13
			% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	38%	62%	100%
			% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	21%	24%	22%
		Más del 25%	Recuento	19	26	45
			% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	42%	58%	100%
			% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	79%	76%	78%
	Total		Recuento	24	34	58
			% dentro de Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	41%	59%	100%
			% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta diferencia que observamos en nuestra muestra en la distribución de los emprendedores sociales híbridos en función de la novedad de la tecnología en dos categorías y de si tienen un porcentaje de ingresos superior al 25% no es estadísticamente significativa. Por tanto, en esta fase del análisis no puede afirmarse que represente una verdadera diferencia en la población de emprendedores sociales de la Unión Europea (tabla 6.42.).

Tabla 6.42. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función del porcentaje de ingresos de mercado por categorías de emprendedor social.

Pruebas de chi-cuadrado

Emprendedor social categorías		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Emprendedor social ONG	Chi-cuadrado de Pearson	.a				
	N de casos válidos	3				
Emprendedor social híbrido	Chi-cuadrado de Pearson	,059	1	,808		
	Corrección por continuidad ^c	,000	1	1,000		
	Razón de verosimilitudes	,059	1	,808		
	Estadístico exacto de Fisher				1,000	,535
	Asociación lineal por lineal	,058	1	,810		
	N de casos válidos	58				

a. No se calculará ningún estadístico porque Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25% es una constante.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 5,38.

c. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Medidas simétricas

Emprendedor social categorías			Valor	Error típ. asint ^b	T aprox ^c	Sig. Aprox.
Emprendedor social ONG	Nominal por nominal	Phi	.a			
	N de casos válidos		3			
Emprendedor social híbrido	Nominal por nominal	Phi	-,032			,808
		V de Cramer	,032			,808
		Coeficiente de contingencia	,032			,808
	N de casos válidos		58			
	Intervalo por intervalo	R de Pearson	-,032	,130	-,238	,812
	Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,032	,130	-,238	,812

a. No se calculará ningún estadístico porque Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25% es una constante.

b. Asumiendo la hipótesis alternativa.

c. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

d. Basada en la aproximación normal

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

A pesar de ello, vamos un paso más adelante en nuestro análisis para comprobar si, en el caso de la novedad de la tecnología desagregada en tres categorías, el modelos de predicción arrojar luz sobre la relación entre esta y el porcentaje de ingresos generados por categorías. Como para las empresas sociales ONG sólo tenemos tres observaciones, realizaremos el análisis solamente para las empresas sociales híbridas. En el modelo de regresión observamos un p-valor para la variable tecnología de hace menos de un año que es también positivo y se acerca mucho a ser significativo al 5% pero no llega a serlo (Tabla 6.X). No podemos por tanto afirmar que para las empresas

sociales híbridas haya una mayor probabilidad de tener más del 25% de los clientes fuera del país en aquellas que usan tecnologías posteriores a 2008.

Tabla 6.43. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y el porcentaje de ingresos generados por vía de mercado por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social híbrido	
Número de obs.	58
F(5, 52)	2,3000
Prob > F	0,0580
R-cuadrado	0,1744
Raíz Error Cuadrático Medio	0,3853

Porcentaje de ingresos procedentes de mercado superior al 25% para empresas sociales Híbridas	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	0,2506	0,1287	1,95	0,057	-0,0078	0,5089
Novedad de la tecnología 1-5años	0,0001	0,1601	0,00	0,999	-0,3211	0,3213
Edad Rango GEM	-0,0001	0,0000	-1,28	0,206	-0,0001	0,0000
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,1091	0,0404	2,70	0,009	0,0280	0,1902
Tamaño del Hogar	-0,2518	0,0803	-3,13	0,003	-0,4130	-0,0906
_cons	0,9547	0,1757	5,43	0,000	0,6022	1,3072

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En resumen, al contrastar la hipótesis de que el uso de nuevas tecnologías aumenta la probabilidad de generar ingresos de mercado para las empresas sociales de la Unión Europea, comprobamos que en el caso de las empresas sociales ONG el coeficiente de regresión de las variables que capturan la novedad de la tecnología sí es significativo. Sin embargo, contrario a nuestra hipótesis original, tiene signo negativo. Es decir, las empresas sociales ONG que usan tecnologías posteriores a 2008 tienen una probabilidad menor de generar ingresos por vías de mercado que las que usan tecnologías más antiguas que 2008. Este resultado puede indicar que el hecho de generar ingresos por vía de mercado o por vía de donaciones o subvenciones es una decisión de tipo estratégico y de identidad de la propia organización, desvinculado de los recursos y procesos utilizados por la misma.

Otra cuestión relevante es saber si, una vez que las empresas sociales ONG o híbridas deciden que sí quieren generar ingresos por vía de mercado, hay una diferencia en el porcentaje de ingresos de mercado que consiguen generar en función de la novedad de las tecnologías que utilizan. Cuando

vemos el modelo de predicción, observamos que hay un efecto positivo del uso de tecnologías posteriores a 2008 sobre la probabilidad de generar ingresos de mercado de más del 25% para los emprendedores sociales en general (excluidos los emprendedores sociales con ánimo de lucro).

6.4. Emprendimiento social, nuevas tecnologías e innovación no tecnológica

La tercera hipótesis que plantea este estudio es que *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

6.4.1. Relación entre la novedad de la tecnología y la innovación no tecnológica para los emprendedores sociales de la Unión Europea

Del total de emprendedores sociales que son innovadores en aspectos no tecnológicos, el 45% usan tecnologías posteriores a 2004 mientras que sólo el 20% de los emprendedores sociales que no son innovadores en aspectos no tecnológicos usan tecnologías posteriores a 2004. Además, del total de emprendedores sociales que usan tecnologías posteriores a 2004, el 86% son innovadores en aspectos no tecnológicos. De los emprendedores sociales que usan tecnologías anteriores a 2004 este porcentaje se reduce al 67% (Tabla 6.44.). Por tanto, en nuestra muestra sí se produce que aquellos emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías tienen una mayor probabilidad de ser innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

Tabla 6.44. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica

Tabla de contingencia Innovación en aspectos no tecnológicos * Novedad de la tecnología (2 tipos)					
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	Novedad de la tecnología (2 tipos)		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	128	159	287
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	45%	55%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología (2 tipos)	86%	67%	74%
	No es Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	20	79	99
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	20%	80%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología (2 tipos)	14%	33%	26%
Total	Recuento		148	238	386
	% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos		38%	62%	100%
	% dentro de Novedad de la tecnología (2 tipos)		100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Esta diferencia en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función de si son o no innovadores en aspectos no tecnológicos sí es estadísticamente significativa (Tabla 6.45). Como consecuencia, podemos afirmar que la diferencia en la distribución que observamos en la muestra representa un diferencia que existe en la población de emprendedores sociales de la Unión Europea.

Tabla 6.45. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica.

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,533	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	17,515	1	,000		
Razón de verosimilitudes	19,788	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	18,485	1	,000		
N de casos válidos	386				

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,219	,000
	V de Cramer	,219	,000
	Coeficiente de contingencia	,214	,000
N de casos válidos		386	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Para completar el análisis, contrastamos la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica de los emprendedores sociales de la Unión Europea. Vemos que hay un efecto negativo y estadísticamente significativos sobre la innovación no tecnológica del hecho de usar tecnologías anteriores a 2004 (Tabla 6.46). Por tanto, podemos afirmar que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

Tabla 6.46. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y la innovación no tecnológica.

Número de obs.	348
F(5, 342)	3,6100
Prob > F	0,0034
R-cuadrado	0,0566
Raíz Error Cuadrático Medio	0,4277

Innovación no tecnológica	Coef.	Err. Est. Robusto	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología <1 año	0,0487	0,0748	0,65	0,516	-0,0984	0,1958
Novedad de la tecnología 1-5 años			(descartado)			
Novedad de la tecnología >5 años	-0,1743	0,0585	-2,98	0,003	-0,2893	-0,0593
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	0,10	0,918	0,0000	0,0000
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0100	0,0195	0,51	0,610	-0,0284	0,0484
Tamaño del Hogar	0,0531	0,0399	1,33	0,184	-0,0253	0,1315
_cons	0,7018	0,1433	4,90	0,000	0,4199	0,9836

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Para finalizar el análisis de esta hipótesis, describiremos la innovación no tecnológica en función de la novedad de la tecnología que usan los

emprendedores sociales de la Unión Europea para cada categoría de emprendedor social.

6.4.2. Relación entre la novedad de la tecnología y la innovación no tecnológica para los emprendedores sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social

Pasamos a analizar si son o no innovadores en aspectos no tecnológicos las distintas categorías de emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que utilizan. Entre los emprendedores sociales ONG observamos que ninguno de los que no son innovadores en aspectos no tecnológicos usa tecnologías de menos de cinco años de antigüedad. Sin embargo, entre los que sí son innovadores en aspectos no tecnológicos hay un 28% que utiliza tecnologías de menos de cinco años de antigüedad. Es decir, el 100% de los emprendedores sociales ONG que usan tecnologías más nuevas son innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología mientras que en el caso de los que usan tecnologías más antiguas el 79% son innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología (Tabla 6.47.). Por tanto, en nuestra muestra, sí se produce que entre los emprendedores sociales ONG aquellos que usan tecnologías más nuevas tienen mayor probabilidad de ser innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

En el caso de los emprendedores sociales híbridos se produce una situación similar aunque no tan acentuada. Entre los emprendedores sociales híbridos que usan nuevas tecnologías, el 85% es innovador en aspectos no tecnológicos mientras que entre aquellos que usan tecnologías más antiguas ese porcentaje es menor, 75%. De nuevo vemos que, en nuestra muestra, los emprendedores sociales híbridos que usan tecnologías más nuevas tienen mayor probabilidad de ser innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología que aquellos que usan tecnologías más antiguas (Tabla 6.47.).

Por último analizamos el caso de los emprendedores sociales con ánimo de lucro. Confirmamos una tendencia similar a la que hemos encontrado para las otras dos categorías de emprendedor social. El 85% de los emprendedores sociales con ánimo de lucro que usan tecnologías de menos de cinco años de antigüedad son innovadores en aspectos no tecnológicos. En comparación, sólo el 50% de los emprendedores sociales con ánimo de lucro que usan tecnologías de más de cinco años de antigüedad son innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. Así pues, en nuestra muestra, los emprendedores sociales con ánimo de lucro que usan tecnologías más nuevas

tienen mayor probabilidad de ser innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología que aquellos que usan tecnologías más antiguas (Tabla 6.47.).

Tabla 6.47. La novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.

Tabla de contingencia					
Emprendedor social categorías			Novedad de la tecnología (><5años)		Total
			Menos de 5 años	Más de 5 años	
Emprendedor social ONG					
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	15	38	53
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	28%	72%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	79%	84%
	No es Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	0	10	10
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	0%	100%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	0%	21%	16%
Total		Recuento	15	48	63
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	24%	76%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%
Emprendedor social híbrido					
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	73	74	147
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	50%	50%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	85%	75%	79%
	No es Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	13	25	38
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	34%	66%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	15%	25%	21%
Total		Recuento	86	99	185
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	46%	54%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%
Emprendedor social con ánimo de lucro					
Innovación en aspectos no tecnológicos	Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	40	48	88
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	45%	55%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	85%	52%	63%
	No es Innovador en aspectos no tecnológicos	Recuento	7	44	51
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	14%	86%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	15%	48%	37%
Total		Recuento	47	92	139
		% dentro de Innovación en aspectos no tecnológicos	34%	66%	100%
		% dentro de Novedad de la tecnología ><5años	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Procedemos ahora a comprobar si estas conclusiones que obtenemos para la muestra son extrapolables a la población de emprendedores sociales de la Unión Europea de cada una de la categorías de emprendedor social. La diferencia en la distribución de emprendedores sociales de la Unión Europea en función de si son innovadores o no en aspectos no tecnológicos y la novedad de la tecnología que emplean sólo es estadísticamente significativa para los emprendedores sociales con ánimo de lucro. Para los emprendedores sociales ONG el p-valor de 0,051 está muy cercano al mínimo aceptable de 0,05 (Tabla 6.48.). En todo caso, en esta fase del análisis, ya podemos afirmar que al menos en la población de emprendedores sociales con ánimo de lucro en la Unión Europea hay una mayor probabilidad de ser innovador social en aspectos no relacionados con la tecnología entre aquellos que usan tecnologías más nuevas que entre los que usan tecnologías más antiguas.

Tabla 6.48. Test de igualdad en la distribución de la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.

Pruebas de chi-cuadrado						
Emprendedor social categorías		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Emprendedor social ONG	Chi-cuadrado de Pearson	3,715	1	,054		
	Corrección por continuidad	2,318	1	,128		
	Razón de verosimilitudes	6,005	1	,014		
	Estadístico exacto de Fisher				,100	,051
	Asociación lineal por lineal	3,656	1	,056		
Emprendedor social híbrido	N de casos válidos	63				
	Chi-cuadrado de Pearson	2,897	1	,089		
	Corrección por continuidad	2,309	1	,129		
	Razón de verosimilitudes	2,948	1	,086		
	Estadístico exacto de Fisher				,102	,064
Emprendedor social con ánimo de lucro	Asociación lineal por lineal	2,881	1	,090		
	N de casos válidos	185				
	Chi-cuadrado de Pearson	14,524	1	,000		
	Corrección por continuidad	13,141	1	,000		
	Razón de verosimilitudes	15,800	1	,000		
Emprendedor social con ánimo de lucro	Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
	Asociación lineal por lineal	14,420	1	,000		
	N de casos válidos	139				

Medidas simétricas				
Emprendedor social categorías			Valor	Sig. aproximada
Emprendedor social ONG	Nominal por nominal	Phi	,243	,054
		V de Cramer	,243	,054
		Coeficiente de contingencia	,236	,054
		N de casos válidos	63	
Emprendedor social híbrido	Nominal por nominal	Phi	,125	,089
		V de Cramer	,125	,089
		Coeficiente de contingencia	,124	,089
		N de casos válidos	185	
Emprendedor social con ánimo de lucro	Nominal por nominal	Phi	,323	,000
		V de Cramer	,323	,000
		Coeficiente de contingencia	,308	,000
		N de casos válidos	139	

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Finalmente, completamos el análisis contrastando la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica de los emprendedores sociales de la Unión Europea para cada una de las categorías de emprendedor social. En el caso de los emprendedores sociales ONG, observamos un impacto negativo y estadísticamente significativo sobre la probabilidad de ser innovador en aspectos no relacionados con la tecnología del hecho de usar tecnologías de más de cinco años de antigüedad. Por tanto, podemos afirmar que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales ONG de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología (Tabla 6.49). Para los emprendedores sociales híbridos los coeficientes de regresión no son estadísticamente significativos por lo que no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica en su caso. Para los emprendedores sociales con ánimo de lucro observamos un impacto positivo y estadísticamente significativo sobre la probabilidad de ser innovador en aspectos no relacionados con la tecnología del hecho de usar tecnologías de menos de un año de antigüedad. Por tanto, podemos afirmar que, también en el caso de los emprendedores sociales con ánimo de lucro de la Unión Europea, el uso de nuevas tecnologías genera una probabilidad mayor de que sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología (Tabla 6.49)

Tabla 6.49. Relación entre la novedad de la tecnología usada por los emprendedores sociales de la Unión Europea y la innovación no tecnológica por categorías de emprendedor social.

ESCategorías = Emprendedor social ONG						
Número de obs.	58					
F(5,52)	1,590					
Prob > F	0,180					
R-cuadrado	0,088					
Raíz Error Cuadrático Medio	0,363					

Innovación no tecnológica	Coef.	Err. Est. Rob.	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	-0,0117	0,0485	-0,24	0,810	-0,1090	0,0856
Novedad de la tecnología 1-5años	(descartado)					
Novedad de la tecnología >5años	-0,2048	0,0891	-2,30	0,026	-0,3836	-0,0259
Edad Rango GEM	-0,0001	0,0000	-1,17	0,246	-0,0001	0,0000
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0307	0,0450	0,68	0,499	-0,0597	0,1210
Tamaño del Hogar	0,0070	0,0686	0,10	0,919	-0,1307	0,1448
_cons	1,0630	0,3014	3,53	0,001	0,4582	1,6679

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social híbrido	
Número de obs.	169
F(5,163)	0,930
Prob > F	0,463
R-cuadrado	0,022
Raíz Error Cuadrático Medio	0,406

Innovación no tecnológica	Coef.	Err. Est. Rob.	t	P> t	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología<1año	(descartado)					
Novedad de la tecnología 1-5años	0,0578	0,1206	0,48	0,633	-0,1805	0,2960
Novedad de la tecnología >5años	-0,0684	0,1221	-0,56	0,576	-0,3095	0,1727
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	0,41	0,685	0,0000	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0049	0,0232	0,21	0,835	-0,0411	0,0508
Tamaño del Hogar	0,0195	0,0540	0,36	0,719	-0,0872	0,1261
_cons	0,7251	0,2008	3,61	0,000	0,3285	1,1216

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

ESCategorías = Emprendedor social con ánimo de lucro	
Número de obs.	121
F(5,163)	8,100
Prob > F	0,000
R-cuadrado	0,133
Raíz Error Cuadrático Medio	0,462

Innovación no tecnológica	Coef.	Err. Est. Rob.	t	P> t 	[95% Intervalo Conf.]	
Novedad de la tecnología <1año	0,2337	0,1172	1,99	0,049	0,0015	0,4660
Novedad de la tecnología 1-5años	(descartado)					
Novedad de la tecnología >5años	-0,2130	0,1307	-1,63	0,106	-0,4720	0,0459
Edad Rango GEM	0,0000	0,0000	-0,50	0,615	-0,0001	0,0001
Nivel Educativo Armonizado NNUU	0,0088	0,0417	0,21	0,833	-0,0738	0,0915
Tamaño del Hogar	0,0862	0,0794	1,09	0,280	-0,0711	0,2435
_cons	0,6293	0,3178	1,98	0,050	-0,0001	1,2588

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

En resumen, hemos confirmado que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. Al repetir el análisis para cada categoría de emprendedor social confirmamos que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales ONG y por parte de emprendedores sociales con ánimo de lucro de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. En el caso de los emprendedores sociales híbridos los coeficientes de regresión no son estadísticamente significativos y por tanto no podemos rechazar la hipótesis nula de que para estos emprendedores sociales la novedad de la tecnología empleada no tiene ningún efecto sobre el hecho de que sean o no innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología (Tabla 6.49). Es decir, no ha quedado demostrado que los emprendedores sociales híbridos de la Unión Europea que usan tecnologías más nuevas sean más innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología que aquellos que usan tecnologías más antiguas.

En definitiva, el análisis descriptivo de los emprendedores sociales en la Unión Europea en función de la novedad de la tecnología que utilizan establece que aquellos que usan tecnologías más nuevas tienden a tener menor edad, menor nivel educativo y hogares más grandes que aquellos que usan tecnologías más antiguas. Además, las distintas categorías de emprendedor social se

comportan diferente respecto a la novedad de la tecnología que utilizan. En cuanto a la primera hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías más antiguas, se opera a través de dos factores: las exportaciones y el número de trabajadores. Ha quedado demostrado que uso de tecnologías más nuevas genera una mayor probabilidad de exportar para los emprendedores sociales híbridos y con ánimo de lucro de la Unión Europea. Asimismo ha quedado demostrado que en el caso de emprendedores sociales con ánimo de lucro el hecho de usar tecnologías más nuevas está asociado con un número menor de empleados. Se ha contrastado también la segunda hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas. El análisis muestra que las empresas sociales que usan tecnologías más nuevas y generan ingresos de mercado tienen una probabilidad mayor de generar más del 25% de sus ingresos por vía de mercado que aquellos que usan tecnologías más antiguas. Por último, se ha contrastado la tercera hipótesis, que las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas. Ha quedado acreditado que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

Capítulo 7 | El papel de la novedad de las nuevas tecnologías en el emprendimiento social en la Unión Europea: Discusión de resultados del análisis

El capítulo siete, con el que concluye la tercera parte de esta tesis, presenta una discusión de los resultados del análisis desarrollado durante el estudio y agrega todo lo expuesto hasta ahora. El capítulo comienza con una discusión de los resultados del análisis estadístico descriptivo de los emprendedores sociales de la Unión Europea (capítulos tres y cuatro) y de la descripción de aquellos que usan nuevas tecnologías (capítulo seis) a la luz de la revisión de la literatura sobre el emprendimiento social estructurada en torno al tetraedro de Gartner (capítulos uno y dos). El objetivo de esta primera parte del capítulo es discutir el efecto del uso del recurso nuevas tecnologías sobre la dependencia del emprendedor social de la Unión Europea de su entorno desde un punto de vista teórico. Este análisis inicial nos permitirá reforzar el planteamiento de las tres hipótesis de trabajo planteadas en la tesis. En la segunda parte de este capítulo se discutirán los resultados de la contrastación de las hipótesis (capítulo seis), que fueron desarrollados según la metodología propuesta (capítulo cinco). El objetivo del capítulo siete es ir un paso más allá de la mera exposición de los resultados obtenidos en las distintas fases que hemos seguido para contrastar las hipótesis y debatir su relevancia a la luz del marco teórico propuesto.

Partiendo de la revisión de la literatura y los referentes teóricos inicialmente expuestos, la presente investigación se centra en el estudio de la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social. Siguiendo la literatura pertinente, definimos tecnología como “los procesos a través de los cuales una organización transforma el trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor” (Christensen, 2013, p. xiii), nuevas tecnologías como tecnologías de menor edad e innovación tecnológica como la evolución o cambio de la tecnología hacia nuevas tecnologías (Christensen, 2013, p. xiii). Recordemos también que en este estudio se define emprendimiento social como “un proceso de creación de valor a través de la combinación de recursos de formas nuevas. Segundo, estas combinaciones de recursos están principalmente orientadas a explorar y explotar oportunidades para crear valor social estimulando cambios sociales o resolviendo necesidades sociales. Y tercero, visto como un proceso, el emprendimiento social implica la oferta de productos y servicios pero puede también referirse a la creación de nuevas organizaciones” (Mair y Martí, 2006, p. 37). Y dividimos el emprendimiento social en tres categorías, siguiendo a Lepoutre et al (2013): Empresa social ONG, Empresa social híbrida y Empresa social con ánimo de lucro.

Si, siguiendo la literatura existente, tratamos las nuevas tecnologías como un recurso necesario para los emprendedores sociales (Brilliant, 2013;

Byers et al., 2011; Desa y Kotha, 2006; Morales-Gutiérrez et al., 2012; Short et al., 2009; Van Putten II y Green, 2011; VanSandt et al., 2009; Zahra et al., 2008), entonces la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social es susceptible de ser explicada en el marco de la teoría de la dependencia de recursos (Short et al., 2009). Esta teoría plantea que el surgimiento de un proyecto emprendedor puede explicarse en función de la accesibilidad a recursos en el entorno y la capacidad del emprendedor para movilizarlos (Baumol, 2010). La relación entre la cantidad de recursos existentes en el entorno y la demanda de los mismos genera una interdependencia que, siguiendo la teoría original de Salancik y Pfeffer (1978), condiciona la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos. El gestor de la organización debe “reducir la incertidumbre que le impone el entorno, movilizandolos recursos a su alcance de una forma que le permita controlar su dependencia respecto de él” (Salancik y Pfeffer, 1978, p. 51) . Esta habilidad es especialmente crítica para los emprendedores sociales, por la desproporción entre la gran cantidad de necesidades sociales y la escasez de recursos disponibles (Austin, Gutierrez, Ogliastri y Reficco, 2006; Austin, Stevenson, et al., 2006; Desa y Basu, 2013; Seelos y Mair, 2005). Por tanto cada recurso, en función de sus propias cualidades y de cualidades del emprendedor y la organización que los usa, puede constituir una ventaja o una desventaja en la consecución de los objetivos de la empresa social.

Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, tratamos de averiguar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto a su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos, y qué elementos son importantes para que se puedan aprovechar con este fin. Si los tres elementos fundamentales del emprendimiento social son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado, y las nuevas tecnologías son un recurso potente para los emprendedores sociales de la Unión Europea, entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores. De ahí que las tres hipótesis que planteamos en el estudio giren en torno a ellos. El elemento de desempeño en su misión social no se puede medir directamente porque no hay indicadores agregados de impacto social en la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Por eso no podríamos contrastar esta hipótesis de forma directa. Pero sí podemos analizar el desempeño en aspectos no económicos para conocer si las nuevas tecnologías generan mejoras en elementos que podrían estar induciendo un impacto social mayor como es el número de empleados (ya que la misión de muchas empresas sociales en la Unión Europea es precisamente la generación

de empleo) y si tienen clientes fuera del país, que potencialmente indicaría un impacto social a nivel internacional.

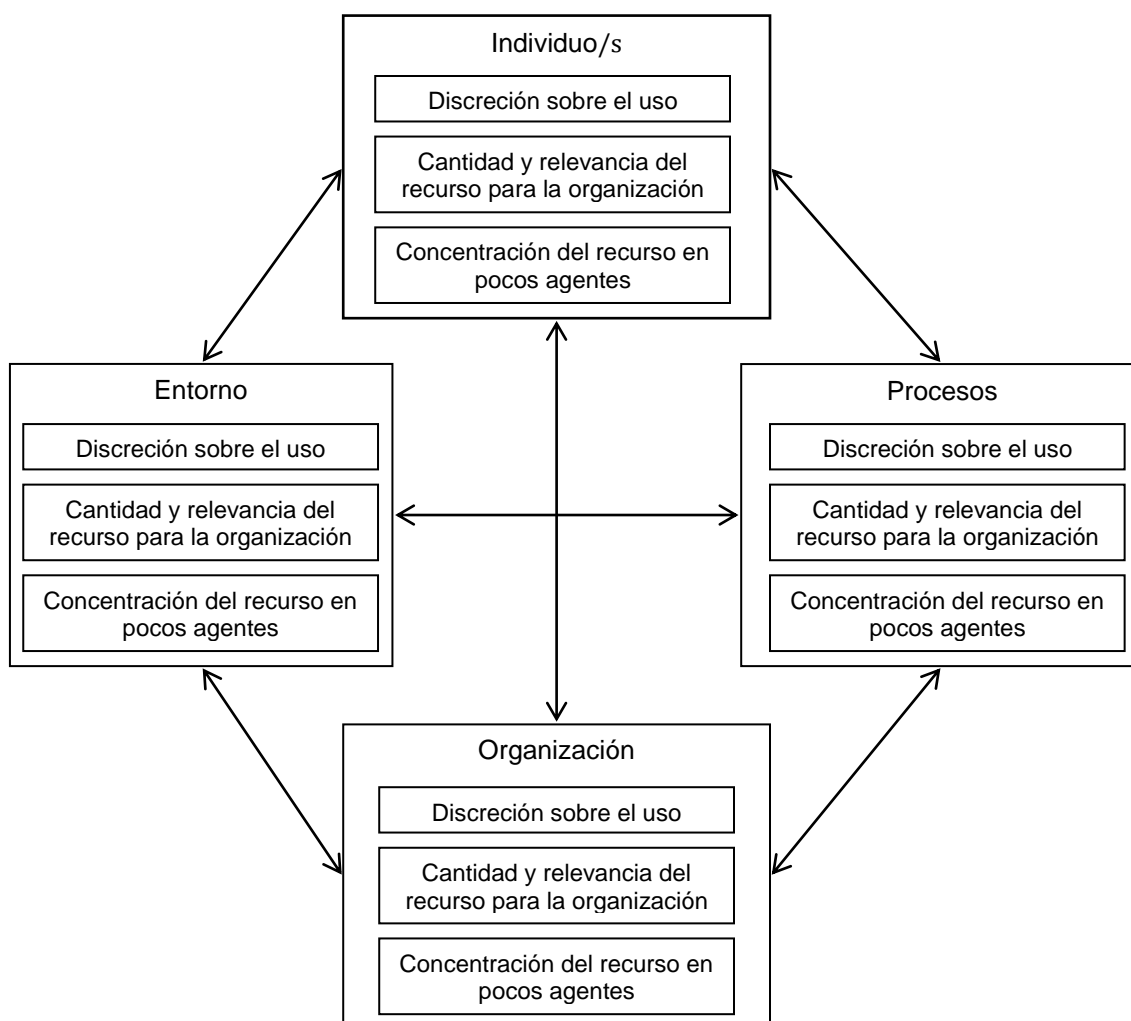
7.1. Las nuevas tecnologías como recurso: Discusión sobre su efecto en la dependencia de las empresas sociales respecto de su entorno a la luz de los resultados estadísticos

De cara a comprender cómo el uso de nuevas tecnologías como recurso afecta a los emprendedores sociales de la Unión Europea en el contexto de la teoría de la dependencia de recursos, analizamos el emprendimiento social usando el modelo tetraédrico de Gartner (1985b) y analizamos cómo cada uno de sus elementos afecta al acceso y aprovechamiento de la tecnología, entendida como recurso. El modelo identifica cuatro tipos de elementos que permiten comprender el emprendimiento: 1) Las características del/los individuo(s), 2) el proceso, 3) la organización (incluyendo sus características y estrategia) y 4) el entorno. Este es un modelo que ya ha sido aplicado al emprendimiento social con éxito (Bacq y Janssen, 2011; Hoogendoorn, 2010). Usaremos el tetraedro para analizar las principales aportaciones de la literatura sobre la tecnología en el emprendimiento social y su relación con cada uno de los tres factores que condicionan la interdependencia según Salancik y Pfeffer (1978): Cantidad y relevancia del recurso para la organización, discreción sobre el uso de un recurso⁶¹ y, por último, la concentración del recurso en pocos agentes (Figura 7.1.). Completaremos el análisis de cada uno de los elementos de Gartner con información estadística contrastada sobre los emprendedores sociales de la Unión Europea y su relación con las nuevas tecnologías⁶² para evolucionar de un planteamiento eminentemente teórico a uno de teoría contrastada con datos.

⁶¹ Se refiere a la capacidad del agente para determinar cómo se va a distribuir y usar ese recurso. Los métodos de control de la asignación de un recurso son la propiedad del mismo, el acceso al recurso, el propio uso del recurso y la capacidad para regular la propiedad, acceso o uso del mismo.

⁶² Teniendo en cuenta que el corpus de literatura sobre emprendimiento social y tecnología es limitado consideramos también aprendizajes derivados de la literatura sobre emprendimiento (no social) de base tecnológica y la literatura sobre el uso de la tecnología en el emprendimiento (no social).

Figura 7.1. Marco conceptual del efecto de los recursos sobre la dependencia en cada uno de los elementos del tetraedro de Gartner.



Fuente: Producción propia adaptado de Gartner (1985b, p. 698)

7.1.1. Cualidades del emprendedor social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

En esta sección analizaremos las cualidades de los individuos que son emprendedores sociales que les hacen más aptos para aprovechar las nuevas tecnologías y si estas se dan en los emprendedores sociales de la Unión Europea. En esta discusión incluiremos también información sobre las características de los emprendedores sociales de la Unión Europea expuestas en el capítulo cuatro así como lo que sabemos sobre la relación de estas características socio demográficas con el uso de nuevas tecnologías, que se expuso al inicio del capítulo seis.

La literatura sobre emprendedores tecnológicos indica que los emprendedores tecnológicos con más éxito son aquellos se apoyan sobre una formación más sofisticada (Van Praag, 2005; Wadhwa et al., 2008). También sabemos por nuestro análisis estadístico que entre los emprendedores sociales de la Unión Europea aquellos que usan nuevas tecnologías tienen un nivel educativo menor que aquellos usan tecnologías antiguas. Esto podría indicar que la mayoría de tecnologías creadas a partir de 2004 que usan los emprendedores sociales no exigen conocimiento adquirido por vías formales sino que son ampliamente accesibles y la discreción en su uso depende más de la familiaridad con las mismas que de conocimientos formales. Sin embargo, la falta de formación, si bien no limita su acceso a nuevas tecnologías, podría estar lastrando las posibilidades de éxito de los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías de la Unión Europea de otras maneras.

Debemos tener en cuenta que entre los emprendedores sociales de la Unión Europea un mayor nivel educativo está correlacionado de forma directa y significativa con la edad. Recordemos aquí que otro elemento importante que destaca la literatura es el hecho de que los emprendedores tecnológicos tienen más éxito si lanzan sus empresas con más edad y, por tanto con más experiencia y contactos profesionales (Van Praag, 2005; Wadhwa et al., 2008). Sin embargo, una vez analizada la figura del emprendedor social de la Unión Europea y su relación con la novedad de la tecnología que utiliza, parece que son precisamente los que usan nuevas tecnologías los que cumplen con esta cualidad con menos frecuencia. Al comparar la distribución de emprendedores en la Unión Europea por edad observamos que la mayoría de emprendedores sociales, tanto si usan nuevas tecnologías como si usan tecnologías más antiguas, se sitúan en tramos de menos edad que los emprendedores comerciales. El hecho de que el concepto de emprendimiento social en Europa no se comenzara a extender fuera del tercer sector hasta los años 90 y, más intensamente, comienzos del siglo XXI puede explicar que sean aquellos que comenzaron a desarrollarse profesionalmente en esta época los que con más intensidad han abrazado la posibilidad de ser emprendedores sociales. Además, como se ha expuesto ya, en la Unión Europea los emprendedores sociales más jóvenes tienden a usar tecnologías más nuevas mientras que los emprendedores sociales de más edad tienden a usar tecnologías más antiguas. Muchos de estos emprendedores sociales pertenecen a la última parte de la generación X (nacidos entre 1964 y 1984) y los *millenials* (nacidos entre 1985 y 2003), ambos grupos caracterizadas por su familiaridad con las tecnologías, que han desarrollado desde la infancia (Clare, 2009). En el caso de los emprendedores sociales pertenecientes a estas generaciones, aunque la cantidad y relevancia de las nuevas tecnologías como recurso sean muy

elevadas para el emprendedor social, el hecho de que su familiaridad con este recurso le permita amplia discreción sobre su uso hace que su nivel de vulnerabilidad sea muy bajo. Sin embargo, es importante subrayar que la ventaja que les da el uso de nuevas tecnologías podría verse contrarrestada por la desventaja de tener menos experiencia y menos contactos profesionales.

Los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías podrían suplir las carencias relacionadas con su juventud y menor nivel educativo emprendiendo en un grupos compuestos por personas con cualidades complementarias. Recordemos que otro elemento destacado por la literatura para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías es precisamente que el emprendedor emprenda en equipo o como parte de una red. Cuando el recurso que analizamos son las nuevas tecnologías, la existencia de conocimiento para poderlas usar por parte del emprendedor es fundamental como vía de acceso a su uso. Indudablemente, emprender en equipo multiplica la probabilidad de que ese conocimiento exista entre el grupo de emprendedores. Así, emprender en equipo mejora la capacidad para acceder a nuevas tecnologías, mejorando por tanto la discreción sobre su uso.

Otro aspecto que aumenta la dependencia de una empresa social respecto de su entorno según la teoría de la dependencia de recursos es el hecho de que un recurso importante, en este caso las nuevas tecnologías, se concentre en pocos agentes. Una situación equivalente sería aquella en que lo que se concentra en pocos agentes no son las nuevas tecnologías en sí, sino el conocimiento necesario para usarlas. En ese caso, incluir en el equipo de emprendedores a agentes que sí tienen el conocimiento puede ser fundamental para reducir la dependencia de la empresa social respecto de su entorno.

Es una función fundamental del emprendedor identificar oportunidades, entendidas como soluciones para problemas que sean mejores que las existentes y realizables con los recursos tecnológicos que sean adecuados y que puede movilizar el emprendedor (Balachandra et al., 2004; Byers et al., 2011). La trayectoria del emprendedor consiste en ir asignando a las oportunidades que identifica en el mercado los recursos necesarios para explotarlas (Kuemmerle, 2005). Los recursos a su disposición condicionarán el tipo de organización que puede construir y las oportunidades que puede explotar. Siendo las nuevas tecnologías un recurso con el que los jóvenes de la Unión Europea se sienten familiarizados y les es posible movilizar, es lógico que sean ellos quienes con más intensidad identifiquen este tipo de oportunidades. La juventud de los emprendedores sociales puede plantear un

reto en cuanto a la movilización de otros recursos pero ya indica la literatura que, ante los escasos recursos económicos, para los emprendedores sociales las herramientas fundamentales para la movilización de recursos son su credibilidad y sus habilidades sociales (R. A. Baron y Markman, 2003; MacMillan et al., 2005; Newbert y Tornikoski, 2013; Zimmerman y Zeitz, 2002), que pueden encontrarse en gente joven ya que no necesariamente proceden de la experiencia y la edad. Por último, la literatura nos indica que el emprendedor tecnológico optimiza su capacidad para usar recursos sin cerrarse en ser dueño de los mismos (Gottfredson et al. 2005). Esto permite nuevas formas de acceso que amplían la discreción sobre el uso del recurso. Muchas de nuevas tecnologías tienen modelos de negocio basados en el volumen de usuarios de manera que el acceso es muy barato o gratuito y otras se basan en licencias sobre el uso, que las hace también fácilmente accesibles.

Todas las cualidades que hemos comentado de los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías son importantes a la hora de reducir la dependencia del emprendedor respecto de su entorno. Un emprendedor que necesite incorporar a su proceso productivo una nueva tecnología tiene a su disposición diversas opciones para hacerlo: puede importar y recombinar nuevas bases de conocimiento que incluye licencias sobre tecnologías, puede comprar la tecnología o puede contratar a empleados altamente cualificados en una determinada tecnología. Sin embargo, el hecho de que la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías sea menor que la de quienes usan tecnologías más antiguas sumado a su menor nivel educativo podría estar planteando algunos retos adicionales para estos emprendedores sociales.

7.1.2. Cualidades de la organización/ empresa social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

En este epígrafe analizaremos las cualidades de las organizaciones que construyen los emprendedores sociales que les ayudan aprovechar las nuevas tecnologías. Para ello analizaremos aquellos elementos que la literatura identifica como relevantes en las organizaciones que usan nuevas tecnologías y cómo pueden afectar a los factores que afectan a la interdependencia, identificados en la teoría de la dependencia de recursos. Incluiremos también información sobre los tipos de organizaciones que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y su relación con el uso de nuevas tecnologías, que se expuso en el capítulo seis.

La literatura indica que las organizaciones que permiten aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías tienen estructuras planas y flexibles con comunicación abierta y continuada, que permita la innovación, creatividad y aprendizaje continuado. Según Garud y Kotha (1994) la flexibilidad de las organizaciones es un factor crítico para sobrevivir en entornos en permanente cambio. A la hora de acceder a nuevas tecnologías como recurso esa flexibilidad también es fundamental ya que la rápida innovación tecnológica de los últimos años hace que sea necesario estar en permanente adaptación para usar en cada momento los recursos tecnológicos más adecuados entre los existentes. Las empresas sociales intensivas en el uso de tecnología son intensivas en conocimiento. El conocimiento necesario no está nunca concentrado en una sola persona, sino que son sistemas de conocimiento distribuido (Tsoukas, 1996). Para usar todo ese conocimiento que está distribuido en la organización, es necesario que el emprendedor social fomente la interconexión entre todos los niveles y nodos de la organización para que se usen todas las capacidades de los equipos y se dé un intercambio natural del conocimiento (Davidsson y Honig, 2003; Garud y Kotha, 1994; Tsoukas, 1996). Es fundamental también que sean capaces de retener el talento en la organización. De otro modo aumentará la dependencia de la empresa social que usa nuevas tecnologías respecto de su entorno por tener un peor acceso a las nuevas tecnologías, que son para estas organizaciones un recurso fundamental. Todos los elementos arriba mencionados pasan a ser especialmente importantes en las empresas sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías ya que sabemos que tanto los miembros de la generación X como los *millennials* son independientes y no son fieles a la organización en que trabajan sino que buscan estar en entornos que les ofrezcan flexibilidad, espacio para aprender y oportunidades de crecimiento (Clare, 2009). Según Clare (2009), los *millennials* además disfrutan especialmente del trabajo en equipo.

En muchas ocasiones lo que permite a los emprendedores sociales el acceso a la tecnología que necesitan para poner en práctica las soluciones que diseñan es el establecimiento de alianzas. Debido a las limitaciones de acceso a recursos que suelen experimentar, para los emprendedores sociales es muy importante la construcción de una amplia red de contactos que les apoyen, como también lo es poder comunicar de forma eficaz su impacto. Ambos elementos, que son clave en la estrategia de la empresa social, se ven facilitados por el uso de nuevas tecnologías (Austin, Stevenson, et al., 2006). De este modo las nuevas tecnologías son un recurso en sí mismas pero también facilitan el acceso a otros recursos, reduciendo de nuevo el nivel de dependencia de la empresa social respecto de su entorno. Además, el uso de

nuevas tecnologías para establecer contactos y alianzas con otras organizaciones puede contrarrestar la desventaja que afrontan los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías que, por su menor edad y experiencia, tendrán también redes de contactos profesionales menos amplias.

Es importante también apuntar que el tipo de organización a través de la que el emprendedor social opera su solución a una necesidad que ha detectado también genera una relación distinta con la novedad de la tecnología que emplea. En los emprendedores sociales de la Unión Europea hemos identificado, como se expuso en el capítulo seis, una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de uso de tecnologías anteriores o posteriores a 2004 por parte de emprendedores sociales en función del tipo de emprendedor social. El resultado de este análisis es relevante porque indica que es interesante realizar la contrastación de las hipótesis tanto para los emprendedores sociales en general como por cada categoría de emprendedor social ya que los resultados podrían ser diferentes. Además indica que, en el futuro, podría ser interesante desarrollar investigaciones de tipo cualitativo y cuantitativo para comprender qué elementos de cada tipo de organización condicionan esa diferente relación con las nuevas tecnologías.

Otro rasgo importante de las organizaciones a través de las que operan los emprendedores es si tienen o no una ambición de expansión internacional. El comportamiento de los emprendedores sociales y comerciales de la Unión Europea en cuanto a su tendencia a tener clientes en países distintos del suyo sigue tendencias similares aunque la intensidad de las mismas difiere. Los emprendedores sociales tienden a tener clientes fuera de su país con más frecuencia que los emprendedores comerciales. Esto pone de relevancia el potencial que los equipos virtuales pueden tener para los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías en la Unión Europea, ya que les permite tener a su equipo distribuido en los varios países en que operan. Los equipos virtuales están compuestos por miembros que están físicamente lejos unos de otros y se comunican, coordinan y comparten tareas para alcanzar un objetivo común usando tecnología (Gilson et al., 2015). Los principales retos que afrontan estos equipos son la construcción de confianza, la cohesión, construir una identidad como equipo y evitar la sensación de aislamiento de sus miembros (Kirkman et al., 2002). Los líderes de equipos virtuales deben hacer un esfuerzo adicional para generar un entorno social positivo, dinámicas de equipo efectivas y un sentimiento de igualdad y pertenencia al grupo entre los miembros del equipo como condición determinante para el buen desempeño de

este tipo de equipos (Gilson et al., 2015). Conseguirlo puede requerir de importantes habilidades en la gestión de equipos. De nuevo, la limitada experiencia y formación de los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías podría plantearles retos para lograrlo.

7.1.3. Los procesos y actividades en las empresas sociales en la Unión Europea que usan nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

El diseño de procesos eficaces y eficientes es una de las claves del éxito de cualquier emprendedor (Hammer, 2003; Ulrich y Eppinger, 2004). Además, sabemos por nuestro análisis de la literatura, que los recursos fundamentales que un emprendedor debe movilizar en la actualidad son tecnología, ciencia y conocimiento (Hitt et al., 2002). De ahí que los procesos de las empresas sociales de la Unión Europea deban estar orientados a la captación y puesta en uso de estos recursos (Holweg y Helo, 2014). Estos procesos son muy intensivos en información, lo que hace que el papel de las nuevas tecnologías relacionadas con internet sea clave (Hammer, 2003; Tapscott et al., 2000). De nuevo, las nuevas tecnologías aparecen como un recurso a conseguir pero también como herramienta para movilizar recursos, entre ellos más nuevas tecnologías. Las tecnologías de internet, por su propia naturaleza, son en su mayoría ampliamente accesibles. Es decir, no están concentradas en pocos agentes. Por tanto el desarrollar procesos intensivos en ellas reduce la dependencia de la empresa social respecto de su entorno. Este foco en la información es coherente con la recomendación de la literatura de aplicar principios de *Lean Startup* basados en el aprendizaje continuo sobre la base de métricas y experimentación (Blank, 2013a; Ries, 2011) que tiene como uno de los objetivos fundamentales la generación de información y el flujo de esta información por la organización.

Las dos estrategias fundamentales que destaca la literatura sobre la teoría de la dependencia de recursos para reducir la dependencia del entorno y movilizar recursos son la optimización y el bricolaje. La optimización se refiere a la adquisición a precio de mercado de los mejores recursos disponibles dentro de los que habitualmente se utilizan para la aplicación para la que se adquieren (Desa y Basu, 2013; Oliver, 1997; Zahra et al., 2008). Gracias a que el uso de nuevas tecnologías no implica su posesión sino que se puede disponer de ellas a través de licencias la optimización sí es una estrategia accesible a emprendedores sociales aunque no cuenten con muchos recursos económicos. El bricolaje consiste en combinar de forma creativa recursos ya existentes en el entorno, fácilmente accesibles y en general minusvalorados o descartados por otras empresas y que muchas veces se pueden conseguir

gratis o muy baratos (Desa y Basu, 2013; Garud y Karnøe, 2003; Lévi-Strauss, 1966; Mair y Marti, 2009). Otras nuevas tecnologías no requieren de la compra de licencias sino que están directamente a disposición gratuita de quien las pueda aplicar. Por tanto, también el bricolaje es una estrategia útil a la hora de desarrollar procesos intensivos en nuevas tecnologías. Además, para aprovechar mejor las oportunidades de las nuevas tecnologías como recurso, la literatura aconseja construir cadenas de valor de arquitectura abierta con procesos distribuidos (Byers et al., 2011; Hoffman et al., 2015). De este modo se puede acceder a usar recursos tecnológicos de otras organizaciones, reduciéndose la dependencia de la empresa social respecto de su entorno.

7.1.4. El entorno en que emerge el emprendedor social en la Unión Europea que usa nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

En este epígrafe analizaremos el entorno en que emergen los emprendedores sociales de la Unión Europea así como las formas de relacionarse con el entorno que tienen a su disposición los emprendedores sociales y que les ayudan a aprovechar las nuevas tecnologías. Para ello analizaremos tanto elementos procedentes de la revisión de la literatura como información sobre el entorno en que surgen los emprendedores sociales de la Unión Europea y su relación con el uso de nuevas tecnologías según lo expuesto en los capítulos cuatro y seis.

La disponibilidad de los recursos necesarios para emprender en el entorno es importante para que un lugar concreto suponga una buena localización para un emprendedor (Baumol, 2010; Byers et al., 2011; Porter, 2001; Venkataraman, 2004). La mayor munificencia de recursos en el entorno de un emprendedor aumenta sus posibilidades de acceso a los mismos y suele implicar una menor concentración de los recursos en pocos actores, al menos dentro de ese entorno en concreto. Por ejemplo, establecerse en un *cluster* tecnológico facilita el acceso a recursos críticos como son el conocimiento, el talento y la tecnología (Gilbert et al., 2008). Sin embargo, la literatura también indica que uno de los elementos fundamentales en un entorno nutritivo para un emprendedor es la cercanía a sus clientes (Von Hippel, 1986). Esto pone al emprendedor social en una posición paradójica ya que en muchas ocasiones sus clientes se ubican en entornos deprimidos, carentes de los actores que tradicionalmente conforman un *cluster* (corporaciones, universidad, emprendedores con experiencia,...). Aunque tienen la oportunidad de llevar ellos a su entorno el conocimiento que necesitan (Acs et al., 2013), aumentando así su impacto social positivo. Sin embargo en la Unión Europea este reto podría ser menor gracias al pequeño tamaño de cada país y la

distribución de infraestructura país por país que forma parte de los esfuerzos de cohesión de las políticas de la Unión Europea. Es decir, todos los emprendedores sociales de la Unión Europea están no muy lejos de entornos en los que hay universidades, infraestructuras y conocimiento.

Dentro de la Unión Europea, el país que aporta más emprendedores sociales al número total de emprendedores sociales es Reino Unido. La diferencia en la distribución de emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea por países sí es estadísticamente significativa lo que implica que las condiciones necesarias para fomentar el emprendimiento social en un país son algo distintas que las que hacen falta para fomentar el emprendimiento comercial. Debido a la frecuencia insuficiente de observaciones en algunos países, no se pueden dar por válidas las pruebas que tratan de establecer que la diferente distribución de emprendedores sociales en función de la novedad de la tecnología entre los países de la Unión Europea sea estadísticamente significativa y al ser país una variable categórica no ordinal no son ilustrativos los resultados del análisis de correlación entre país y novedad de la tecnología. Por tanto, no tenemos información suficiente para saber si, una vez que surgen emprendedores sociales en un país, el uso de tecnología entre ellos tiene que ver o no con las condiciones en ese país en concreto.

Sin embargo sí tenemos información relevante en cuanto al micro entorno en que surgen los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías: el hogar. Sabemos que los emprendedores sociales y comerciales en la Unión Europea se distribuyen de forma diferente en función del tamaño del hogar. Sin embargo, la distribución de los emprendedores sociales es muy similar a la distribución de emprendedores comerciales por nivel de ingresos del hogar. Así pues, el nivel de ingresos del hogar no parece ser una variable significativa a la hora de diferenciar a los emprendedores sociales de los emprendedores comerciales en la Unión Europea.

En cuanto a la relación entre cualidades del hogar de los emprendedores sociales de la Unión Europea y el grado de novedad de las tecnologías que utilizan, vemos que en la Unión Europea los emprendedores sociales que viven en hogares con más miembros tienden a usar tecnologías más nuevas que aquellos que viven en hogares con menos miembros. Este resultado es coherente con el resultado obtenido al analizar la relación entre la edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea y la novedad de la tecnología que utilizan ya que existe una correlación inversa significativa entre la edad de los emprendedores sociales y el tamaño del hogar en el que viven.

Es decir, los emprendedores sociales más jóvenes, y que ya hemos establecido que tienden más a usar nuevas tecnologías, suelen vivir en hogares de más miembros. Por otra parte, no existe correlación entre el grado de antigüedad de las tecnologías que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y el nivel de ingresos del hogar en que viven.

El hecho de que exista correlación con la edad pero no con los ingresos abunda en la posibilidad ya expuesta anteriormente de que muchos emprendedores sociales en la Unión Europea son *millennials* o miembros tardíos de la generación X que han desarrollado desde la infancia una gran familiaridad con las nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías son en gran parte TIC con modelos de distribución y de negocio basados en el volumen de usuarios y venta de licencias de uso que las hacen accesibles sin necesidad de grandes desembolsos. En este caso, aunque la cantidad y relevancia de las nuevas tecnologías como recurso sean muy elevadas para el emprendedor social, su familiaridad con ellas y lo barato de su acceso le permite amplia discreción sobre su uso. Unido a que es un recurso que no se concentra en pocos agentes hace que el nivel de vulnerabilidad que genera en el emprendimiento social sea muy bajo.

En esta sección del capítulo siete se ha desarrollado una discusión exhaustiva de las nuevas tecnologías como recurso y su efecto en la dependencia de las empresas sociales a la luz de los resultados estadísticos derivados de los análisis realizados en capítulos anteriores de este estudio. La información estadística sobre los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías refuerza el planteamiento original de este estudio de que las nuevas tecnologías son un recurso importante para los emprendedores sociales de la Unión Europea que reduce su dependencia respecto del entorno. Sin embargo, el hecho de que los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías sean más jóvenes y tengan menor nivel educativo que aquellos que usan tecnologías más antiguas podría introducir distorsión en el efecto del uso de nuevas tecnologías en los aspectos definitorios de la empresa social: misión social (en este estudio usando como variables más próximas el desempeño en aspectos no económicos), exposición a mercado e innovación. En la siguiente sección del capítulo siete discutiremos los resultados obtenidos en la contrastación de cada una de las tres hipótesis.

7.2. Discusión del efecto del uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea sobre los elementos definitorios del emprendimiento social

Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, tratamos de averiguar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto a su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos. Partimos de la hipótesis de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto afectan positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social: la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado. Este trabajo utiliza un enfoque empírico cuantitativo basado en la contrastación de hipótesis planteadas sobre la base del modelo teórico propuesto. Se han articulado tres hipótesis de trabajo fundamentales a contrastar:

Hipótesis 1: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías antiguas*⁶³.

Hipótesis 2: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades que mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

Hipótesis 3: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología*⁶⁴ *que aquellas que usan tecnologías más antiguas.*

⁶³ Tal y como hemos explicado con anterioridad, el elemento de desempeño en su misión social no se puede medir directamente porque no hay indicadores claros de impacto social en la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Por eso no podríamos contrastar esta hipótesis. Pero sí podemos analizar el desempeño en aspectos no económicos para conocer si las nuevas tecnologías generan mejoras en elementos que podrían estar induciendo un impacto social mayor como es el número de empleados (ya que la misión de muchas empresas sociales en la Unión Europea es precisamente la generación de empleo) y si tienen clientes fuera del país, que potencialmente indicaría un impacto social a nivel internacional.

⁶⁴ El *Social Entrepreneurship Special Report 2009* del *Global Entrepreneurship Monitor* mide la innovación en seis categorías: tipo de producto, procesos de producción, distribución del producto, promoción y marketing del producto, oferta del producto a un nuevo nicho de mercado, satisfacción de una necesidad no satisfecha anteriormente. De ellas, las cuatro primeras pueden estar intrínsecamente relacionadas con el uso de nuevas tecnologías. Las dos últimas son formas de innovación relacionadas con la identificación de la oportunidad antes

En esta segunda parte del capítulo siete se discuten los resultados de la contrastación de cada una de las tres hipótesis. En la contrastación de hipótesis se han incluido como controles la edad del emprendedor social, su nivel educativo y el tamaño del hogar. De este modo se neutraliza el efecto que estas variables puedan tener en los resultados y por tanto no se consideran en la discusión de los mismos. El objetivo es ir un paso más allá de la mera exposición de los resultados obtenidos en las distintas fases que hemos seguido en la contrastación de las hipótesis, para debatir su relevancia a la luz del marco teórico propuesto.

7.2.1. El desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

En esta sección procedemos a discutir los resultados expuestos en el capítulo seis en cuanto al potencial efecto del uso de nuevas tecnologías en el desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales de la Unión Europea. Las dos variables que usamos para valorar el desempeño de las empresas sociales son exportación y número de empleados para empresas de hasta 40 empleados. Nos interesa saber si las empresas que usan nuevas tecnologías tienen más implantación internacional que aquellas que usan tecnologías antiguas, lo que podría ser indicativo de un impacto social globalizado, y si las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más empleados que las que usan tecnologías más antiguas, que podría ser indicativo de un impacto social mayor en cuanto a generación de empleo. Articulamos la medición de la implantación internacional a través de dos variables: Si tienen o no clientes fuera de su país y, una vez que los tienen, qué porcentaje de sus clientes residen fuera de su país.

Al realizar el análisis sobre si los emprendedores sociales de la Unión Europea tienen o no clientes fuera de su país (para emprendedores sociales en general) no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la probabilidad de exportar de los emprendedores sociales de la Unión Europea. Es decir, en este nivel de análisis no encontramos pruebas que indiquen que el uso de nuevas tecnologías afecte a las probabilidades de implantación internacional de las empresas sociales de la Unión Europea. Sin embargo, hemos identificado que cada categoría de

de iniciar la generación del producto/servicio. Por tanto son innovaciones previas a la aplicación de tecnología, definida como transformación del trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor.

emprendedor social en la Unión Europea usa nuevas tecnologías con intensidad diferente. Esto generó la sospecha de que quizá las nuevas tecnologías como recurso tengan efectos diferenciados en las distintas categorías de emprendedor social. Los efectos en unas categorías y en otras, si son diferentes, se podrían contrarrestar de modo que no se identifique efecto alguno en el agregado de empresas sociales en general. Por tanto, para poder extraer resultados relevantes del análisis, es imprescindible repetir el análisis para cada categoría de emprendedor social en la Unión Europea.

Al analizar si tienen o no clientes fuera de su país para cada una de las tres categorías de emprendedores sociales de la Unión Europea, se observan coeficientes de regresión positivos y estadísticamente significativos para el uso de tecnologías posteriores a 2008 en los emprendedores sociales con ánimo de lucro y para tecnologías de entre 2004 y 2008 para los emprendedores sociales híbridos. En ambos casos, los emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas tienen más probabilidad de exportar que los que usan tecnologías más antiguas. No se detecta efecto alguno del uso de nuevas tecnologías en cuanto si tienen o no clientes fuera del país en el caso de emprendedores sociales ONG. La diferencia esencial entre las empresas sociales híbridas y con ánimo de lucro y las empresas sociales ONG es su dependencia de ingresos generados por vía de mercado. Empresas sociales híbridas y con ánimo de lucro están por tanto expuestas a la lógica del mercado de búsqueda de eficiencia en sus estructuras de costes y búsqueda de volumen de actividad como fórmula para alcanzar la sostenibilidad económica. Este tipo de empresas sociales, especialmente las empresas sociales con ánimo de lucro, podrían entonces estar más inclinadas a la búsqueda de la internacionalización a través de vías menos costosas, entre las que las nuevas tecnologías destacan en la literatura. Ya hemos mencionado anteriormente las oportunidades del uso de nuevas tecnologías para establecer redes de colaboradores, también a nivel internacional, y equipos virtuales. Gracias a las nuevas tecnologías como recurso es posible tener implantación internacional con una estructura de costes muy controlada. Por el contrario, las empresas sociales ONG, que se sostienen económicamente gracias a subvenciones públicas y donaciones, podrían estar más restringidas en su ámbito geográfico de actuación por la propia naturaleza de sus ingresos. Una posible explicación a la falta de efecto del uso de nuevas tecnologías sobre su implantación internacional puede ser que muchas de esas subvenciones procedan de gobiernos nacionales o incluso autonómicos o locales que restrinjan geográficamente el uso de sus fondos al ámbito de actuación de la propia corporación pública que los provee, desincentivando el uso de recursos como las nuevas tecnologías para la implantación internacional por parte de las

organizaciones a las que financian. Por tanto, es lógico que en aquellas empresas sociales que dependen de ingresos de mercado para su subsistencia podamos encontrar un efecto mayor del uso de nuevas tecnologías en sus probabilidades de tener implantación internacional.

Completamos el análisis de la relación entre el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea y la implantación internacional examinando si el uso de nuevas tecnologías influye también en la intensidad con la que exportan una vez que lo hacen. Sí se observa una diferencia estadísticamente significativa en la distribución de emprendedores sociales que usan tecnologías más nuevas versus tecnologías más antiguas en función del porcentaje de clientes que tienen fuera del país. Sin embargo en el modelo de predicción no se observa un coeficiente de regresión estadísticamente significativo. Por tanto, no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la probabilidad de tener más clientes fuera del país para los emprendedores sociales de la Unión Europea que ya exportan. Aunque el uso de nuevas tecnologías se distribuya de forma distinta entre los emprendedores sociales de la Unión Europea en función de qué porcentaje de clientes tienen fuera del país, no podemos establecer una relación causal entre el uso de nuevas tecnologías y la intensidad con que se exporta para emprendedores sociales en general. Tampoco encontramos efecto alguno al repetir el análisis para distintas categorías de emprendedor social. Es decir, el hecho de usar nuevas tecnologías no lleva a que el porcentaje de clientes que tienen fuera del país las empresas sociales que ya exportan sea mayor.

En conclusión, el uso de nuevas tecnologías favorece que los emprendedores sociales e híbridos de la Unión Europea, que están expuestos a la lógica del mercado, den el paso de tener implantación internacional pero, una vez que ya exportan no afecta a qué porcentaje de sus clientes están fuera de su país. Si bien las nuevas tecnologías proporcionan la oportunidad de exportar, la intensidad con que se haga parece depender de otros factores. Un factor importante puede ser, como indica la literatura, que la oportunidad detectada por el emprendedor exista en otros países. Si el problema social que el emprendedor resuelve se experimenta con menos intensidad o de manera diferente en otros países esto afectará a sus posibilidades de tener un mayor porcentaje de clientes fuera de su país. El uso de nuevas tecnologías es por tanto un factor fundamental para que las empresas sociales expuestas al mercado y que no están restringidas geográficamente en su ámbito de actuación por sus fuentes de financiación puedan iniciar su implantación internacional pero no son un factor suficiente para que estas tengan un

porcentaje mayor de clientes en el extranjero. Esto último parece depender más de condiciones del mercado y de tipo estratégico que de los procesos tecnológicos puestos en marcha por las empresas sociales.

Completamos el análisis de esta primera hipótesis analizando el efecto que el uso de nuevas tecnologías tiene sobre el número de trabajadores de las empresas sociales de la Unión Europea. Recordemos que esto es relevante porque muchas empresas sociales de la Unión Europea son herederas de la tradición europea por la que el emprendimiento social se centraba en la generación de empleo como objetivo social principal. Al contrastar la hipótesis nula de que no hay diferencia en la media de trabajadores en las empresas sociales de la Unión Europea producida por la novedad de la tecnología que emplean, observamos que ninguno de los coeficientes del modelo es significativo. En el caso de emprendedores sociales en general de la Unión Europea no podemos afirmar que el hecho de usar tecnologías más nuevas tenga ningún efecto sobre el número de empleados. De nuevo, es fundamental repetir el análisis por categorías de emprendedor social para poder extraer resultados relevantes.

Al contrastar la hipótesis nula de que no hay diferencia en la media de trabajadores en las empresas sociales de la Unión Europea por categorías de emprendedor social producida por la novedad de la tecnología que emplean, observamos que sí hay un efecto estadísticamente significativo del uso de tecnologías posteriores a 2008 sobre el número de trabajadores para emprendedores sociales con ánimo de lucro. En el caso de emprendedores sociales con ánimo de lucro el hecho de usar tecnologías más nuevas está asociado con un número menor de empleados. No encontramos un efecto similar para emprendedores sociales híbridos ni para emprendedores sociales ONG. Estos resultados de nuevo indican que los emprendedores sociales de diferentes categorías se relacionen de forma distinta con las nuevas tecnologías como recurso.

Este hallazgo es coherente con las definiciones de las distintas categorías de emprendedores sociales. Los emprendedores sociales con ánimo de lucro dependen completamente de ingresos de mercado para mantenerse por lo que es lógico que usen tecnologías más nuevas para ser más eficientes y tener estructuras de costes escalables y menos dependientes de recursos humanos. En el caso de los emprendedores sociales ONG e híbridos, su menor dependencia de los ingresos de mercado podría generar unos incentivos diferentes. Para estas dos categorías de empresas sociales en la Unión Europea no encontramos pruebas de que las nuevas tecnologías

tengan efecto alguno sobre su impacto social vía generación de empleo. Una posible explicación es que las empresas sociales europeas creadas como centros especiales de empleo se hayan centrado en sectores tradicionales intensivos en recursos humanos como son el textil o agroalimentario. Lo que les llevaría a generar empleo es el propio sector en que deciden centrar su actividad mientras que se manejan diversas alternativas sobre el uso al que podrían estar orientando las nuevas tecnologías. Una opción es que las emplean para impulsar la sensibilización social sobre la necesidad social y no a impulsar su modelo de negocio de mercado. Otra opción es que las utilizan para fidelizar o ampliar a sus bases de socios, aumentando su capacidad de financiarse por vías distintas al mercado.

En definitiva, nuestros resultados indican que el uso de nuevas tecnologías aumenta la probabilidad de que las empresas sociales híbridas y con ánimo de lucro de la Unión Europea tengan implantación internacional y se asocia con un menor número de empleados en el caso de las empresas sociales con ánimo de lucro. Podemos por tanto afirmar que el uso de nuevas tecnologías sí mejora el desempeño en aspectos no económicos para las empresas sociales con ánimo de lucro (que ganan en presencia internacional y eficiencia de su estructura de costes) y para las empresas sociales híbridas (que ganan en presencia internacional). Sin embargo, no encontramos que el uso de nuevas tecnologías tenga efecto sobre el desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales ONG de la Unión Europea tanto en implantación internacional como en número de empleados.

7.2.2. La generación de ingresos de mercado del emprendedor social en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

Otro de los elementos del emprendimiento social que debería verse afectado por las nuevas tecnologías si estas son un recurso relevante para los emprendedores sociales de la Unión Europea es su capacidad para generar una parte de sus ingresos por vía de mercado. Incluso en el caso de ONG tradicionales, y también para las empresas sociales sin ánimo de lucro, la diversificación en las vías de ingresos contribuye a su sostenibilidad a largo plazo y es una buena práctica⁶⁵. Por tanto, consideramos que si las nuevas tecnologías reducen la dependencia de los emprendedores sociales respecto de su entorno facilitando la consecución de sus objetivos deberían afectar

⁶⁵ El principio de pluralidad en la financiación es uno de los elementos fundamentales de los principios de transparencia y buenas prácticas de las ONG (fundacionlealtad.org, 2016).

positivamente a su capacidad para generar ingresos por vía de mercado. En esta sección discutiremos los resultados presentados en el capítulo seis en cuanto al potencial efecto del uso de nuevas tecnologías en la capacidad de generación de ingresos de mercado de las empresas sociales de la Unión Europea. Para ello analizaremos si el uso de nuevas tecnologías afecta a las posibilidades de que las empresas sociales ONG de la Unión Europea generen ingresos de mercado y, para aquellos que ya los generan (empresas sociales híbridas y ONG que generen ingresos de mercado⁶⁶), estudiaremos si afecta al porcentaje de sus ingresos totales que se generan por vía de mercado.

Dado que tanto las empresas sociales híbridas como las empresas sociales con ánimo de lucro por definición generan ingresos por vía de mercado nos centraremos en las empresas sociales ONG para saber si el uso de nuevas tecnologías afecta a las probabilidades de que estas se decidan a generar ingresos de mercado. Contrariamente a la hipótesis inicial, observamos en los resultados de la regresión que las empresas sociales ONG que usan tecnologías posteriores a 2008 tienen una probabilidad menor de generar ingresos por vías de mercado que las que usan tecnologías más antiguas que 2008. Puesto que las empresas sociales ONG que generan ingresos de mercado lo hacen en un porcentaje apenas significativo, la decisión de hacerlo podría ser más bien simbólica. Se trataría de una actividad centrada en sectores tradicionales no dependientes de nuevas tecnologías, como por ejemplo montar una pequeña tienda de comercio justo a fin de dar visibilidad a los productos de los usuarios finales más que con el fin de construir una fuente de ingresos sólida sobre estructuras de costes eficientes. Si estos son los tipos de actividades de generación de ingresos que tradicionalmente usan las empresas sociales ONG que generan un pequeño porcentaje de sus ingresos por vía de mercado, es lógico que aquellas que usan nuevas tecnologías no coincidan con estas. Las que usan nuevas tecnologías probablemente lo hacen para avanzar su misión social aplicándolas en tareas como la sensibilización y la búsqueda de donaciones. Sería necesario desarrollar una investigación

⁶⁶ Para el análisis del efecto de la novedad de las tecnologías utilizadas sobre el porcentaje de ingresos de mercado eliminamos de la muestra los emprendedores sociales con ánimo de lucro ya que estos emprendedores, por definición, tienen un 100% de ingresos procedentes de mercado, independientemente de cualquier otra variable. Así pues, en esta parte nos centramos sólo en los emprendedores sociales ONG y emprendedores sociales híbridos. Recordemos que los emprendedores sociales ONG generan entre 0% y 5% de sus ingresos por vía de mercado y los emprendedores sociales híbridos, por definición, generan al menos un 5% de sus ingresos por vía de mercado.

específica, apoyada en datos o análisis de casos, para averiguar si esta explicación se confirma

Vamos un paso más allá en nuestro análisis de la relación entre las nuevas tecnologías y la generación de ingresos de mercado por parte de las empresas sociales de la Unión Europea, contrastando la hipótesis nula según la cual no existe diferencia en la probabilidad de generar más de un 25% de ingresos de mercado en función de la novedad de la tecnología que se usa para la suma de empresas sociales en general (excluidos los emprendedores sociales con ánimo de lucro). En el modelo de predicción observamos que sí hay un efecto positivo y estadísticamente significativo del uso de tecnologías posteriores a 2008 sobre la probabilidad de generar ingresos de mercado de más del 25% para los emprendedores sociales en general (excluidos los emprendedores sociales con ánimo de lucro). Se confirma por tanto que las empresas sociales en la Unión Europea que utilizan nuevas tecnologías y ya han empezado a generar ingresos de mercado logran un porcentaje mayor de sus ingresos por vía de mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.

A la hora de confirmar si este efecto se produce o no para cada categoría nos enfrentamos al reto de que para las empresas sociales ONG sólo tenemos tres observaciones. Por tanto sólo realizaremos el análisis para las empresas sociales híbridas. En el modelo de regresión observamos un p-valor de 0,057 para la variable tecnología de hace menos de un año que es también positivo y se acerca mucho a ser significativo al 5% pero no llega a serlo. Podemos afirmar que para las empresas sociales híbridas hay una mayor probabilidad de tener más del 25% de los clientes fuera del país en aquellas que usan tecnologías posteriores a 2008 para una significación del 6% en lugar del 5%⁶⁷. Según nos indica la literatura, las nuevas tecnologías abundan en la Unión Europea, su acceso es sencillo y barato y facilitan las alianzas con otras organizaciones, el mayor control de la información sobre el desempeño de la empresa social, la gestión de equipos virtuales y la movilización de otros recursos. Por tanto, es lógico que aquellas empresas sociales que deciden exponerse a la lógica del mercado para generar una parte de sus ingresos tengan más éxito en la generación de los mismos si usan nuevas tecnologías que al usar tecnologías más antiguas.

⁶⁷ Se reporta este resultado como relevante por considerarse que la razón principal de que el p-valor se sitúe por debajo del 5% es en gran parte la falta de observaciones suficientes.

En esta sección se han discutido los resultados presentados en el capítulo seis en cuanto al potencial efecto del uso de nuevas tecnologías en la capacidad de generación de ingresos de mercado de las empresas sociales de la Unión Europea. En definitiva, los resultados de nuestro análisis apuntan a que el uso de nuevas tecnologías mejora la capacidad de los emprendedores sociales de la Unión Europea de generar un porcentaje mayor de ingresos por vía de mercado una vez que ya han decidido exponerse al mercado como estrategia para generar ingresos.

7.2.3. La innovación no tecnológica del emprendedor social en la Unión Europea en función de su uso de nuevas tecnologías a la luz de la teoría de la dependencia de recursos

Finalmente discutiremos los resultados presentados en el capítulo seis en cuanto al potencial efecto del uso de nuevas tecnologías en la innovación en aspectos no tecnológicos de las empresas sociales de la Unión Europea. La innovación es el tercer elemento definitorio de las empresas sociales. Por tanto, si las nuevas tecnologías son un recurso importante para las empresas sociales de la Unión Europea, deberíamos observar que los emprendedores sociales que las utilizan son capaces de ser más innovadores. Para no caer en redundancia, nos centramos en este caso en innovación que no esté relacionada con la tecnología. El *Social Entrepreneurship Special Report 2009* del *Global Entrepreneurship Monitor* mide la innovación en seis categorías: tipo de producto, procesos de producción, distribución del producto, promoción y marketing del producto, oferta del producto a un nuevo nicho de mercado, satisfacción de una necesidad no satisfecha anteriormente. De ellas, las cuatro primeras pueden estar intrínsecamente relacionadas con el uso de nuevas tecnologías. Sin embargo, las dos últimas son formas de innovación relacionadas con la identificación de la oportunidad (bien la oportunidad de un nuevo nicho de mercado o bien la oportunidad en una necesidad no satisfecha). Por tanto son innovaciones de tipo estratégico y no vinculadas a la tecnología, definida como transformación del trabajo, capital, materiales e información en productos y servicios de mayor valor. Son estas dos últimas formas de innovación en las que nos centraremos en esta sección.

Al contrastar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica de los emprendedores sociales de la Unión Europea observamos un efecto negativo y estadísticamente significativo sobre la innovación no tecnológica del hecho de usar tecnologías anteriores a 2004. Es decir, hemos probado que los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan tecnologías más antiguas tienen menos probabilidades de innovar en aspectos no relacionados

con la tecnología que aquellos que usan nuevas tecnología. Por tanto, podemos afirmar que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología.

Finalmente, completamos el análisis contrastando la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica de los emprendedores sociales de la Unión Europea para cada una de las categorías de emprendedor social. Tanto para emprendedores sociales ONG como para emprendedores sociales con ánimo de lucro de la Unión Europea se confirma que el uso de nuevas tecnologías genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. Es decir, tienen más posibilidades de estar ofreciendo el producto a un nuevo nicho de mercado o satisfaciendo una necesidad no satisfecha anteriormente. Para los emprendedores sociales híbridos los coeficientes de regresión no son estadísticamente significativos por lo que no podemos rechazar la hipótesis nula de que el uso de nuevas tecnologías no tiene ningún efecto sobre la innovación no tecnológica en su caso.

Estos resultados tanto para empresas sociales en general como para empresas sociales ONG y con ánimo de lucro en la Unión Europea son coherentes con la literatura sobre tecnología y emprendimiento social. Según la literatura las nuevas tecnologías son especialmente importantes para los emprendedores sociales que operan en entornos más desfavorecidos. Son estos emprendedores sociales los que pueden encontrar una necesidad no satisfecha anteriormente y, muy frecuentemente, los que consiguen desarrollar formas innovadoras de hacer accesible para la población de estos entornos productos o servicios que antes no se les distribuían o eran demasiado caros para que los pudieran comprar. Adaptar la provisión de productos y servicios para ofrecerlos en lugares de difícil acceso o a precios menores exige de la creación de procesos de producción y distribución más eficientes y eficaces. Las nuevas tecnologías generan una gran oportunidad en servicios relacionados con la educación o la sanidad. En esta parte del análisis podemos ver también en qué están usando las empresas sociales ONG las nuevas tecnologías. No hemos encontrado efectos en su caso en cuanto a generación de empleo o en cuanto a si deciden generar ingresos o no. Sin embargo este tipo de empresa social en la Unión Europea sí está empleando la tecnología para alcanzar a poblaciones de usuarios marginadas y satisfacer necesidades no satisfechas previamente.

Una de las conclusiones fundamentales de la discusión de los resultados que se ha desarrollado en este capítulo es que las nuevas tecnologías como recurso son importantes para los emprendedores sociales de la Unión Europea, pero el tipo de impacto que generan es diferente para cada categoría de emprendedor social. Los dos efectos que las nuevas tecnologías tienen sobre los emprendedores sociales en general en la Unión Europea es, por una parte, un aumento en el porcentaje de ingresos de mercado que generan una vez que toman la decisión de generar ingresos por vía de mercado (excluidas las empresas sociales con ánimo de lucro) y, por otra parte, una mayor probabilidad de ser innovador en aspectos estratégicos como atender una necesidad no satisfecha anteriormente o atender a un nicho de mercado previamente ignorado.

En el caso de las empresas sociales ONG, se observa que aquellas que usan nuevas tecnologías no lo hacen con el fin de generar ingresos de mercado (que por su naturaleza no es una prioridad) pero sí las emplean para alcanzar a poblaciones de usuarios marginadas y satisfacer necesidades no satisfechas previamente. Podríamos por tanto concluir que sí las usan para avanzar en su misión social y para generar innovación, pero no para generar ingresos de mercado.

Las empresas sociales híbridas de la Unión Europea, por su parte, tienen una mayor probabilidad de tener implantación internacional cuando usan nuevas tecnologías y también logran gracias a ellas generar un porcentaje mayor de sus ingresos por vía de mercado⁶⁸. Su exposición a la lógica del mercado no es simbólica sino que tiene un peso suficientemente importante como para que vean la tecnología como un recurso que les permite vender más y ganar volumen internacionalmente. El uso de nuevas tecnologías afecta por tanto a las empresas sociales híbridas en su capacidad para avanzar en su misión social (con impacto más allá de sus fronteras) y en su capacidad para generar una cantidad mayor de ingresos por vía de mercado.

Son las empresas sociales con ánimo de lucro las que obtienen beneficios del uso de nuevas tecnologías en más áreas. Por una parte, el uso de nuevas tecnologías aumenta su probabilidad de tener implantación en otros países, impulsando así su misión social internacionalmente. Por otra parte, les permite reducir su número de empleados, ganando en eficiencia según la lógica de mercado a que están completamente expuestas. Finalmente, las

⁶⁸ Recordemos que el nivel de significación es del 6% y no del 5% en este caso, debido al tamaño insuficiente de la muestra.

empresas sociales con ánimo de lucro que usan nuevas tecnologías son más innovadoras, siendo capaces de alcanzar a usuarios que no estaban siendo atendidos y resolver necesidades no satisfechas.

En definitiva, se concluye que la información estadística sobre los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías refuerza el planteamiento original de este estudio de que las nuevas tecnologías son un recurso importante para los emprendedores sociales de la Unión Europea que reduce su dependencia respecto del entorno. Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, se ha partido de la hipótesis de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto afectan, si bien de formas distintas por categorías de emprendedor social, a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social, la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado. Los dos efectos que las nuevas tecnologías tienen sobre los emprendedores sociales en general en la Unión Europea son un aumento en el porcentaje de ingresos de mercado para aquellos que sí generan ingresos de mercado y una mayor probabilidad de ser innovador en aspectos estratégicos como atender una necesidad no satisfecha anteriormente o atender a un nicho de mercado previamente ignorado. Una de las conclusiones fundamentales es que las nuevas tecnologías como recurso tienen un efecto diferente para cada categoría de emprendedor social. Las empresas sociales ONG las emplean para alcanzar a poblaciones de usuarios marginadas y satisfacer necesidades no satisfechas previamente. Las empresas sociales híbridas las usan para tener implantación internacional y logran gracias a ellas generar un porcentaje mayor de sus ingresos por vía de mercado. Las empresas sociales con ánimo de lucro las emplean en aumentar su probabilidad de tener implantación en otros países, reducir su número de empleados, ganando en eficiencia y ser más innovadoras, siendo capaces de alcanzar a usuarios que no estaban siendo atendidos y resolver necesidades no satisfechas.

Conclusiones

Capítulo 8 | Principales conclusiones de la investigación, aplicaciones y futuras líneas de investigación

La presente investigación se ha centrado en el estudio de la relación entre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social. En concreto, se ha respondido a las siguientes preguntas sobre el uso de nuevas tecnologías y el emprendimiento social en la Unión Europea en el período 2000-2015: ¿Cómo se relaciona el uso de nuevas tecnologías con el emprendimiento social? ¿Qué características ayudan a las empresas sociales a aprovechar mejor el potencial que las nuevas tecnologías tienen para ellas? ¿Hay tipos de empresas sociales que aprovechan las nuevas tecnologías mejor que otros?

La literatura nos indica que la búsqueda del impacto a gran escala, en contextos complejos, con recursos muy limitados, que es propia de los emprendedores sociales, hace que las nuevas tecnologías sea un recurso especialmente importante para ellos en muchos momentos y en procesos fundamentales. Además, sabemos por nuestro análisis estadístico que en la Unión Europea el porcentaje de emprendedores sociales que usa nuevas tecnologías (39%) es muy superior al de los emprendedores comerciales, entre los que sólo el 20% usa nuevas tecnologías (tecnologías de menos de cinco años). Este dato es especialmente relevante porque indica que en la Unión Europea se da una relación más intensa del emprendimiento social con las nuevas tecnologías que en el caso del emprendimiento comercial. Sin embargo, la literatura sobre tecnología no ha evolucionado mucho en su análisis sobre el uso de la misma en la resolución de graves problemas sociales. Por tanto, el análisis de la relación entre la novedad de la tecnología y el emprendimiento social es una contribución importante a la literatura.

Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, hemos tratado de averiguar si el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos y qué elementos son importantes para que se puedan aprovechar con este fin. Para ello se han empleado los cuatro elementos de Gartner (Individuo/s, organización, procesos y entorno) para identificar las características de cada uno que pueden ayudar a las empresas sociales de la Unión Europea a aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. También se ha analizado la relación existente entre el uso de nuevas tecnologías como recurso y el emprendimiento social en la Unión Europea, concretamente en cuanto a las características definitorias de una empresa social: misión social, innovación e ingresos de mercado. Además, se ha analizado si el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea tiene efectos diferentes en las distintas categorías de empresa social. Como consecuencia, se ha comprobado la validez de la teoría de la dependencia de recursos en el análisis

del emprendimiento social, contribuyendo así a dotar al área del emprendimiento social de fundamentos teóricos sólidos que ayuden a avanzar en su madurez y se ha aumentado el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social.

A lo largo de los siete capítulos anteriores hemos ido cubriendo estos objetivos y en este capítulo se discute cada uno de esos objetivos en detalle en la primera sección. Finalmente, en la segunda sección de este capítulo, se expondrán aplicaciones prácticas de los descubrimientos de la investigación y se propondrán líneas de investigación futuras.

8.1. Respuestas a las hipótesis de partida y discusión sobre los objetivos de investigación

Si los tres elementos fundamentales del emprendimiento social, tal y como se deriva de la literatura, son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado, y las nuevas tecnologías son un recurso potente para los emprendedores sociales de la Unión Europea, entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores. De ahí que las tres hipótesis que planteamos en el estudio giren en torno a ellos. El elemento de desempeño en su misión social no se puede medir directamente porque no hay indicadores agregados de impacto social en la base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009*. Por eso no podríamos contrastar esta hipótesis de forma directa. Pero sí podemos analizar el desempeño en aspectos no económicos para conocer si las nuevas tecnologías generan mejoras en elementos que podrían estar induciendo un impacto social mayor como es el número de empleados (ya que la misión de muchas empresas sociales en la Unión Europea es precisamente la generación de empleo) y si tienen clientes fuera del país, que potencialmente indicaría un impacto social a nivel internacional.

Partimos de la hipótesis de que las nuevas tecnologías sí mejoran la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto afectan positivamente a los tres elementos fundamentales del emprendimiento social: la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado. Este trabajo utiliza un enfoque empírico cuantitativo basado en la contrastación de hipótesis planteadas sobre la base del modelo teórico propuesto. Se han articulado tres hipótesis de trabajo fundamentales a contrastar:

Hipótesis 1: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen un desempeño en aspectos no económicos mejor que aquellas que usan tecnologías antiguas.* Respecto a la primera hipótesis, la investigación confirma que el uso de nuevas tecnologías aumenta la probabilidad de que las empresas sociales híbridas y con ánimo de lucro de la Unión Europea tengan implantación internacional y se asocia con un menor número de empleados en el caso de las empresas sociales con ánimo de lucro. Podemos por tanto afirmar que el uso de nuevas tecnologías sí mejora el desempeño en aspectos no económicos para las empresas sociales con ánimo de lucro (que ganan en presencia internacional y eficiencia de su estructura de costes) y para las empresas sociales híbridas (que ganan en presencia internacional). Sin embargo, no se ha logrado confirmar que el uso de nuevas tecnologías tenga efecto sobre el desempeño en aspectos no económicos de las empresas sociales ONG de la Unión Europea ni en implantación internacional ni en número de empleados. La ausencia de efecto en cuanto a su implantación internacional podría deberse a que las empresas sociales ONG, que se sostienen económicamente gracias a subvenciones públicas y donaciones, están más restringidas en su ámbito geográfico de actuación por la propia naturaleza de sus ingresos. Una posible explicación es que muchas de esas subvenciones procedan de gobiernos nacionales o incluso autonómicos o locales que restringen geográficamente el uso de sus fondos al ámbito de actuación de la propia corporación pública que los provee, desincentivando el uso de recursos como las nuevas tecnologías para la implantación internacional por parte de las organizaciones a las que financian. Por tanto, es lógico que sean aquellas empresas sociales que dependen de ingresos de mercado para su subsistencia las que experimentan un efecto mayor del uso de nuevas tecnologías en sus probabilidades de tener implantación internacional. La ausencia de efecto en cuanto al número de empleados en empresas sociales híbridas y ONG podría deberse a que las empresas sociales europeas creadas como centros especiales de empleo se hayan centrado en sectores tradicionales intensivos en recursos humanos como son el textil o agroalimentario. Lo que les lleva a generar empleo es el propio sector en que deciden centrar su actividad mientras que el uso de nuevas tecnologías en ellas podría estar orientado a la sensibilización social sobre la necesidad social y no a impulsar su modelo de negocio de mercado.

Hipótesis 2: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades que mantenerse con ingresos generados a través del mercado que aquellas que usan tecnologías más antiguas.* Respecto a la segunda hipótesis, hemos de recordar que, según nos indica la literatura las nuevas tecnologías abundan en la Unión Europea, su acceso es sencillo y

barato y facilitan las alianzas con otras organizaciones, el mayor control de la información sobre el desempeño de la empresa social, la gestión de equipos virtuales y la movilización de otros recursos. Por tanto, es lógico que aquellas empresas sociales que deciden exponerse a la lógica del mercado para generar una parte de sus ingresos tengan más éxito en la generación de los mismos si usan nuevas tecnologías que al usar tecnologías más antiguas. La investigación confirma que el uso de nuevas tecnologías mejora la capacidad de los emprendedores sociales de la Unión Europea de generar un porcentaje mayor de ingresos por vía de mercado una vez que ya han decidido exponerse al mercado como estrategia para generar ingresos. Los resultados parecen indicar también que el uso de nuevas tecnologías no afecta a la decisión de exponerse o no a la lógica de mercado sino que esta decisión se plantea como algo estratégico más asociado a la propia identidad de la empresa social que a los recursos a su disposición.

Hipótesis 3: *Las empresas sociales que usan nuevas tecnologías tienen más probabilidades de ser innovadoras en aspectos no vinculados a la tecnología que aquellas que usan tecnologías más antiguas.* Respecto a la tercera hipótesis, la investigación confirma que el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales (en general) sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. A nivel desagregado por categorías de emprendedor social, tanto para emprendedores sociales ONG como para emprendedores sociales con ánimo de lucro de la Unión Europea se confirma que el uso de nuevas tecnologías genera una probabilidad mayor de que estos emprendedores sociales sean innovadores en aspectos no relacionados con la tecnología. Es decir, tienen más posibilidades de estar ofreciendo el producto a un nuevo nicho de mercado o satisfaciendo una necesidad no satisfecha anteriormente.

Una de las conclusiones fundamentales de la discusión de los resultados que se ha desarrollado en este capítulo es que las nuevas tecnologías como recurso son importantes para los emprendedores sociales de la Unión Europea, pero el tipo de impacto que generan es diferente para cada categoría de emprendedor social. Tras discutir la contrastación de las hipótesis planteadas en esta investigación, pasamos a exponer las aportaciones de la misma a cada una de los otros objetivos que se planteaba la disertación originalmente:

Determinar si el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea tiene efectos diferentes en las distintas categorías de empresa social.

Como ya se ha expuesto, una de las conclusiones fundamentales de la investigación es que las nuevas tecnologías como recurso son importantes para los emprendedores sociales de la Unión Europea, pero el tipo de impacto que generan es diferente para cada categoría de emprendedor social. Los dos efectos que las nuevas tecnologías tienen sobre los emprendedores sociales en general en la Unión Europea es, por una parte, un aumento en el porcentaje de ingresos de mercado que generan una vez que toman la decisión de generar ingresos por vía de mercado y, por otra parte, una mayor probabilidad de ser innovador en aspectos estratégicos como atender una necesidad no satisfecha anteriormente o atender a un nicho de mercado previamente ignorado.

En el caso de las empresas sociales ONG, se observa que aquellas que usan nuevas tecnologías no lo hacen con el fin de generar ingresos de mercado (que por su naturaleza no es una prioridad) pero sí las emplean para alcanzar a poblaciones de usuarios marginadas y satisfacer necesidades no satisfechas previamente. Podríamos por tanto concluir que sí las usan para avanzar en su misión social a través de la innovación, pero no para generar ingresos de mercado.

Las empresas sociales híbridas de la Unión Europea, por su parte, tienen una mayor probabilidad de tener implantación internacional cuando usan nuevas tecnologías y también logran gracias a ellas generar un porcentaje mayor de sus ingresos por vía de mercado⁶⁹. Su exposición a la lógica del mercado no es simbólica sino que tiene un peso suficientemente importante como para que vean la tecnología como un recurso que les permite vender más y ganar volumen internacionalmente. El uso de nuevas tecnologías afecta por tanto a las empresas sociales híbridas en su capacidad para avanzar en su misión social (con impacto más allá de sus fronteras) y en su capacidad para generar una cantidad mayor de ingresos por vía de mercado.

Son las empresas sociales con ánimo de lucro las que obtienen beneficios del uso de nuevas tecnologías en más áreas. Por una parte, el uso de nuevas tecnologías aumenta su probabilidad de tener implantación en otros

⁶⁹ Recordemos que el nivel de significación es del 6% y no del 5% en este caso, debido al tamaño insuficiente de la muestra.

países, impulsando así su misión social internacionalmente. Por otra parte, les permite reducir su número de empleados, ganando en eficiencia según la lógica de mercado a que están 100% expuestas. Finalmente, las empresas sociales con ánimo de lucro que usan nuevas tecnologías son más innovadoras, siendo capaces de alcanzar a usuarios que no estaban siendo atendidos y resolver necesidades no satisfechas.

Por tanto, hemos podido determinar que el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea sí tiene efectos diferentes en las distintas categorías de empresa social. Las diferencias que encontramos son coherentes con la distinta naturaleza de cada categoría de emprendedor social, que determina también las fuentes principales de financiación de las que depende.

Comprender el papel de las nuevas tecnologías en cada uno de los cuatro elementos de Gartner (individuo/s, organización, procesos y ambiente) para identificar las características de cada una que pueden ayudar a las empresas sociales de la Unión Europea a aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso.

El modelo de Gartner ha probado ser un modelo útil y valioso a la hora de sistematizar el conocimiento sobre emprendimiento social y tecnología. En el capítulo dos de la presente investigación se realizó una revisión sistemática de los conocimientos previos en la literatura sobre emprendimiento de base tecnológica y su potencial aplicabilidad al emprendimiento social, que se completó en el capítulo siete a la luz de la descripción estadística de los emprendedores sociales de la Unión Europea expuesta en el capítulo cuatro.

En cuanto al emprendedor social como individuo, se ha confirmado que las nuevas tecnologías como recurso sí tienen el potencial de reducir la dependencia del emprendedor respecto de su entorno y, por tanto, ayudarle a conseguir sus objetivos. Para aprovechar este potencial de las nuevas tecnologías como recurso el emprendedor debe emprender en equipo o como parte de una red, apoyado sobre una formación sofisticada y su experiencia profesional previa. Sin embargo, una vez analizada la figura del emprendedor social de la Unión Europea parece que muchos de ellos, por su menor edad, no tienen una formación tan sofisticada, de media, como los emprendedores comerciales, ni tanta experiencia profesional. Este hallazgo es coherente con el hecho de que fuera a comienzos del siglo XXI cuando se empezó a extender más intensamente el concepto de emprendimiento social en la Unión Europea. Además, en la Unión Europea los emprendedores sociales más jóvenes tienden a usar tecnologías más nuevas mientras que los emprendedores

sociales de más edad tienden a usar tecnologías más antiguas. Muchos de estos emprendedores sociales pertenecen a la última parte de la llamada generación X (nacidos entre 1964 y 1984) y los *millennials* (nacidos entre 1985 y 2003), ambos grupos caracterizados por su familiaridad con las tecnologías que han desarrollado desde la infancia. En este caso, aunque la cantidad y relevancia de las nuevas tecnologías como recurso sean muy elevadas para el emprendedor social, su familiaridad con el mismo le permite amplia discreción sobre su uso y hace que su nivel de vulnerabilidad sea muy bajo. Sin embargo, es importante subrayar que la ventaja que les aporta el uso de nuevas tecnologías podría verse contrarrestada por la desventaja de tener menos experiencia y menos contactos profesionales. Por otra parte, al detectar problemas y construir soluciones apoyado en las nuevas tecnologías, el emprendedor social no debe obsesionarse con una tecnología en concreto sino ser capaz de encontrar la aplicación óptima de la misma para dar solución a un problema. Por último, las nuevas tecnologías pueden ser un apoyo a su capacidad de movilizar recursos apoyados sobre sus habilidades sociales y le ofrecen la oportunidad de usarlas como recurso sin cerrarse en ser dueño de las mismas. Esto es especialmente importante para los emprendedores sociales.

El tipo de organización mejor preparada para aprovechar las oportunidades de las nuevas tecnologías como recurso para el emprendimiento social a fin de reducir la dependencia respecto del entorno tiene una estructura que permita la innovación, creatividad y aprendizaje continuado. Es además una organización plana y flexible, con comunicación abierta y continuada. Se estructuran en red en torno a equipos nodales, con gestores que hacen de facilitadores del trabajo y la comunicación. De cara a que las nuevas tecnologías permitan reducir la dependencia del entorno es absolutamente crítico que estas organizaciones sean capaces de atraer y retener el talento, que tiene que tener tanto capacidades técnicas como tecnológicas y de gestión. Las nuevas tecnologías les brindan la oportunidad de aprovechar las oportunidades del trabajo virtual, sabiendo combinarlo con elementos analógicos. Todos los elementos arriba mencionados pasan a ser especialmente importantes en las empresas sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías ya que sabemos que tanto los miembros de la generación X como los *millennials* son independientes y no son fieles a la organización en que trabajan sino que buscan estar en entornos que les ofrezcan flexibilidad, espacio para aprender, oportunidades de crecimiento y trabajo en equipo. Por último, las organizaciones de los emprendedores sociales que quieran aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías deben estar orientadas a colaborar con otras organizaciones o jugadores en su

entorno, para lo que las nuevas tecnologías son un buen aliado. El uso de nuevas tecnologías para establecer contactos y alianzas con otras organizaciones puede contrarrestar la desventaja que afrontan los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías que, por su menor edad y experiencia, tendrán también redes de contactos profesionales menos amplias.

En cuanto a los procesos, los emprendedores sociales pueden aprovechar las nuevas tecnologías en sus procesos y actividades para reducir su dependencia respecto del entorno utilizando bricolaje y/o optimización como estrategias para acumular recursos cruciales como son tecnología, ciencia y conocimiento. Gracias a que el uso de nuevas tecnologías no implica su posesión sino que se puede disponer de ellas a través de licencias la optimización sí es una estrategia accesible a emprendedores sociales aunque no cuenten con muchos recursos económicos. Otras nuevas tecnologías no requieren de la compra de licencias sino que están directamente a disposición gratuita de quien las pueda aplicar. Por tanto, también el bricolaje es una estrategia útil a la hora de desarrollar procesos intensivos en nuevas tecnologías. Los emprendedores sociales deben por tanto aprovechar las nuevas tecnologías para construir cadenas de valor de arquitectura abierta con procesos distribuidos. Aplicar principios de *Lean Startup* basados en el aprendizaje continuo sobre la base de métricas y experimentación les puede ayudar a aprovechar al máximo el potencial de las nuevas tecnologías.

Finalmente, el último elemento de Gartner es el entorno. Un emprendedor que quiera aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías debe intentar establecerse en un *cluster* que le facilite el acceso a recursos críticos como son el conocimiento, el talento y la tecnología. Así mismo, otro de los elementos fundamentales que ha de tener un entorno nutritivo para un emprendedor es la cercanía a sus clientes. Los dos puntos anteriores ponen al emprendedor social en una posición paradójica ya que sus clientes suelen ubicarse en entornos deprimidos, carentes de los actores que tradicionalmente conforman un *cluster* (corporaciones, universidad, emprendedores con experiencia,...). Sin embargo en la Unión Europea este reto es menor gracias al pequeño tamaño de cada país y la distribución de infraestructura país por país que forma parte de los esfuerzos de cohesión de las políticas de la Unión Europea. Es decir, todos los emprendedores sociales de la Unión Europea están no muy lejos de entornos en los que hay universidades, infraestructuras y conocimiento. De cara a poder aprovechar los recursos presentes en el entorno a través del bricolaje, los emprendedores usan sus redes de contactos preexistentes, para lo que las conexiones virtuales ofrecen una gran

oportunidad. También sabemos que en la Unión Europea los emprendedores sociales que viven en hogares con más miembros tienden a usar tecnologías más nuevas que aquellos que viven en hogares con menos miembros (existe una correlación inversa significativa entre la edad de los emprendedores sociales y el tamaño del hogar en el que viven) y no existe correlación entre el grado de novedad de las tecnologías que usan los emprendedores sociales de la Unión Europea y el nivel de ingresos del hogar en que viven. El hecho de que exista correlación con la edad pero no con los ingresos abunda en que muchos emprendedores sociales en la Unión Europea son *millennials* o miembros tardíos de la generación X que han desarrollado desde la infancia una gran familiaridad con las nuevas tecnologías. Estas nuevas tecnologías son en gran parte Tecnologías de la información y la comunicación, con modelos de distribución y de negocio basados en el volumen de usuarios y venta de licencias de uso que las hacen accesibles sin necesidad de grandes desembolsos.

En definitiva, el trabajo empírico y de investigación realizado confirma que el modelo de Gartner (individuo/s, organización, procesos y ambiente) es útil y eficaz para identificar las características de las empresas sociales de la Unión Europea que les pueden ayudar a aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. A nivel del individuo, las averiguaciones sobre las características descriptivas de los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías en cuanto a su edad y nivel educativo nos permiten definir qué cualidades son las más relevantes para estos emprendedores y qué riesgos afrontan. A nivel de la organización, el análisis sobre las características generacionales de los emprendedores sociales que usan nuevas tecnologías en la Unión Europea, derivadas de nuestro estudio, indican los elementos más críticos que estas organizaciones han de considerar. A nivel de los procesos, el análisis de la independencia del uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales de la Unión Europea respecto de su nivel de ingresos indica que la principal barrera de acceso a ellas es el conocimiento y no los ingresos e ilustra como la optimización y el bricolaje se convierten en estrategias relevantes para la movilización de estos recursos. Por último, en cuanto al entorno, la aplicación de los conceptos del *cluster* a la realidad de la Unión Europea y de los emprendedores sociales así como la caracterización del microentorno (hogar) en que emergen indican las estrategias que debe seguir para reducir su dependencia respecto del mismo.

Comprobar la validez de la teoría de la dependencia de recursos en el análisis del emprendimiento social para contribuir a dotar al área del

emprendimiento social de fundamentos teóricos sólidos que ayuden a avanzar en su madurez.

El emprendimiento social como área de estudio es relativamente reciente y está, como se ha mostrado en esta investigación, aún en fase de infancia. Tras una intensa revisión de la literatura, hemos identificado que este estudio puede favorecer el proceso de maduración de esta disciplina aportando contribuciones a nivel de desarrollo teórico. Este estudio contribuye a cubrir esta laguna aplicando modelos teóricos ampliamente aceptados en otras disciplinas como la teoría de la dependencia de recursos.

Si, siguiendo la literatura existente, tratamos las nuevas tecnologías como un recurso necesario para los emprendedores sociales, entonces la relación entre nuevas tecnologías y emprendimiento social es susceptible de ser explicada en el marco de la teoría de la dependencia de recursos. Esta teoría plantea que el surgimiento de un proyecto emprendedor puede explicarse en función de la accesibilidad a recursos en el entorno y la capacidad del emprendedor para movilizarlos. La relación entre la cantidad de recursos existentes en el entorno y la demanda de los mismos genera una interdependencia que condiciona la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos. El gestor de la organización debe reducir su dependencia respecto del entorno movilizando los recursos a su alcance para lograr disminuir la incertidumbre en torno a él. Esta habilidad es especialmente crítica para los emprendedores sociales por la desproporción entre la gran cantidad de necesidades sociales y la escasez de recursos disponibles. Por tanto cada recurso, en función de sus propias cualidades y de cualidades del emprendedor y la organización que los usa, puede constituir una ventaja o una desventaja en la consecución de los objetivos de la empresa social en función de si genera o no dependencia de la empresa social respecto de su entorno.

Si los tres elementos fundamentales del emprendimiento social, tal y como se deriva de la literatura, son la misión social, la innovación y la generación de ingresos de mercado, y las nuevas tecnologías son un recurso que actúa positivamente reduciendo la dependencia de los emprendedores sociales respecto de su entorno, entonces deberíamos observar efectos del uso de nuevas tecnologías en cada uno de esos tres factores. De la contrastación de las tres hipótesis de investigación anteriormente expuesta se sigue que el uso de nuevas tecnologías sí se relaciona con cada una de las tres cualidades fundamentales de los emprendedores sociales. Confirmamos por tanto empíricamente las hipótesis derivadas de la aplicación de la teoría de la dependencia de recursos. Por consiguiente, concluimos que la teoría de la

dependencia de recursos es válida y valiosa en el análisis del emprendimiento social y ofrece una oportunidad para que los investigadores del área del emprendimiento social construyan sobre fundamentos teóricos sólidos que ayuden a avanzar en la madurez de esta disciplina.

Aumentar el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social.

Por otra parte, el área de investigación del emprendimiento social adolece de falta de estudios cuantitativos empíricos, sobre datos secundarios. La inmensa mayoría de los estudios publicados sobre emprendimiento social son cualitativos, basados en estudios de caso, o sobre bases de datos primarias muy limitadas en cuanto a su representatividad. Además, son escasos los estudios con contrastación rigurosa de hipótesis, que es propio de disciplinas más maduras. La literatura que menciona concretamente la relación entre emprendimiento social y nuevas tecnologías es mucho más escasa. Los pocos artículos publicados sobre este aspecto concreto del emprendimiento social se basan esencialmente en estudios de caso. El problema de los análisis cualitativos es que no permiten saber si la relación que en ellos se establece entre las distintas variables va más allá de la anécdota hacia un modelo generalizable y prescriptivo. Cuando un área académica está en fase embrionaria es habitual que los estudios publicados se centren en empezar a acotarla y comprenderla, con desarrollo de teorías iniciales a través de metodologías cualitativas. Sin embargo, la consolidación como una disciplina de pleno derecho exige dar un paso más hacia la validación de las teorías de forma cuantitativa usando bases de datos representativas. Es este tipo de investigaciones las que permiten que el trabajo de investigación informe a la práctica de la disciplina, una vez contrastadas las teorías y confirmada su validez para explicar el fenómeno.

La presente investigación es un estudio cuantitativo que aplica un modelo de regresión lineal múltiple a los datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*. La base de datos sobre la que se basa fue desarrollada por expertos en emprendimiento social reconocidos mundialmente que realizaron una labor rigurosa de conceptualización del emprendimiento social ampliamente validada por publicaciones posteriores. Por tanto, queda establecida la adecuación de la base de datos secundaria a los objetivos del estudio. Se ha confirmado también que en el caso de este estudio se cumplen las condiciones necesarias para que las conclusiones derivadas de los estimadores obtenidos aplicando regresión lineal múltiple a la contrastación de nuestras hipótesis sean robustas.

De ello se sigue que las conclusiones obtenidas para la muestra usando este método son válidas para el universo de emprendedores sociales de la Unión Europea. Por tanto, queda establecido el rigor empírico del estudio.

Este estudio se basa en la literatura existente para ir más allá, realizando un análisis cuantitativo para testar una teoría potencialmente generalizable que explica la relación entre emprendimiento social y nuevas tecnologías. Por tanto, la presente investigación cumple con su objetivo de contribuir a aumentar el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social y a avanzar en la maduración de esta disciplina.

En este epígrafe se ha establecido el cumplimiento en esta investigación de cada uno de los objetivos inicialmente planteados. Aplicando la teoría de la dependencia de recursos, se ha establecido que el uso de nuevas tecnologías mejora la independencia de las empresas sociales respecto de su entorno y por tanto mejora su capacidad para alcanzar sus objetivos. Además, se ha establecido que el uso de nuevas tecnologías como recurso en el emprendimiento social en la Unión Europea tiene efectos diferentes en las distintas categorías de empresa social y se ha caracterizado qué distintos efectos tiene en cada categoría y cómo estas diferencias son coherentes con la propia naturaleza de cada tipo de empresa social. Se han empleado los cuatro elementos de Gartner para identificar, sobre la base de la literatura y del trabajo empírico del estudio, las características que pueden ayudar a las empresas sociales de la Unión Europea a aprovechar mejor el potencial de las nuevas tecnologías como recurso. Como consecuencia, se ha comprobado la validez de la teoría de la dependencia de recursos en el análisis del emprendimiento social, contribuyendo así a dotar al área del emprendimiento social de fundamentos teóricos sólidos que ayuden a avanzar en su madurez y se ha aumentado el conocimiento empírico, de base cuantitativa, en el área académica del emprendimiento social.

8.2. Aplicaciones y futuras líneas de investigación

Las conclusiones de la presente investigación tienen importantes aplicaciones tanto para los propios emprendedores sociales de la Unión Europea como para quienes fomentan el emprendimiento social en la región. Para los emprendedores sociales de la Unión Europea, queda demostrado que las nuevas tecnologías pueden ser un gran aliado de cara a impulsar su misión social, promover la innovación en sus organizaciones y mejorar su capacidad de generar ingresos de mercado. Los emprendedores sociales de la Unión Europea deben hacer un análisis en profundidad sobre las oportunidades que

para su empresa social en concreto ofrecen las nuevas tecnologías (en función del tipo de empresa social que se decidan a lanzar) y de qué manera específica las pueden usar. Los resultados de esta investigación les servirán por tanto para identificar en qué pueden serles útiles las nuevas tecnologías, pero también les indican de qué manera han de gestionarse a sí mismos, sus organizaciones, procesos y relación con el entorno para obtener el máximo rendimiento de las nuevas tecnologías como recurso.

Para aquellos que fomentan el emprendimiento social en la Unión Europea, las conclusiones de esta investigación aportan luz sobre el papel que el fomento del acceso a nuevas tecnologías puede tener en la promoción del emprendimiento social. Se ha establecido que las condiciones necesarias para promover el emprendimiento social y el emprendimiento comercial son diferentes. Los emprendedores sociales usan nuevas tecnologías con más intensidad que los emprendedores comerciales, pero tienen más dificultades para acceder a ellas desde *clusters* por su necesidad de estar cerca de sus usuarios. Es recomendable para promover el emprendimiento social insistir en la distribución de conocimiento y tecnología por toda la Unión Europea, de forma desagregada, en línea con los esfuerzos ya puestos en marcha con las políticas de cohesión. Además, sería útil valorar la promoción de *clusters* de emprendimiento social alrededor de universidades situadas cerca de entornos deprimidos.

La validez interna del presente análisis queda evidenciada por la coherencia entre la pregunta central que se plantea, el planteamiento riguroso de las hipótesis derivadas de la misma, la detallada conceptualización de la unidad de análisis y la contrastación sistemática de cada una de las hipótesis. En cuanto a la validez externa de las conclusiones de la investigación, estas conclusiones pueden ser aplicables a todas las regiones que el *Global Entrepreneurship Monitor* define como regiones impulsadas por la innovación. Estas regiones se caracterizan porque en ellas las condiciones relativas al emprendimiento y la innovación son críticas para su desempeño económico (financiación para emprendedores, políticas gubernamentales de fomento del emprendimiento, educación para el emprendimiento, transferencia de I+D, infraestructura comercial y legal para el emprendimiento, apertura del mercado interno, infraestructura física para el emprendimiento y normas sociales y culturales). La menor munificencia de nuevas tecnologías y menor foco en emprendimiento e innovación en regiones impulsadas por factores de producción (donde requisitos muy básicos como infraestructura o instituciones son fundamentales para su desarrollo) o aquellas impulsadas por la eficiencia (donde priman factores de eficiencia como son eficiencia del mercado de

bienes y servicios o mercado laboral)⁷⁰ hacen que la extrapolación directa de las conclusiones del estudio a estos países, sin investigaciones adicionales, sea poco rigurosa.

Se sigue, por tanto, que una posible vía de investigación que avanzaría nuestra comprensión del emprendimiento social sería la contrastación de las hipótesis de la presente investigación en regiones impulsadas por factores de producción o aquellas impulsadas por la eficiencia. De esta investigación se siguen varias líneas más para otras futuras investigaciones. Sería de gran interés profundizar en la diferencia entre las distintas categorías de emprendedor social en cuanto a su relación con las nuevas tecnologías, tanto desde un punto de vista cualitativo como cuantitativo. Otro tema interesante de investigación sería profundizar en las consecuencias de la menor edad de los emprendedores sociales de la Unión Europea que usan nuevas tecnologías respecto a los emprendedores comerciales. En esta investigación se han identificado aspectos positivos, como es su mayor familiaridad con las nuevas tecnologías derivada de la generación a que pertenecen. Pero también se han identificado retos, como es su menor experiencia profesional y redes de contactos potencialmente más débiles. El efecto neto de la edad no ha quedado establecido dado que no era el foco de la investigación y la pregunta permanece sin una respuesta definitiva. Otro tema importante de investigación es la identificación de los factores diferenciales para la promoción del emprendimiento social respecto del emprendimiento comercial así como qué factores sí son comunes al impulso de ambas formas de emprendimiento. Finalmente, la medición de impacto social cuantitativamente de forma que permita la contrastación empírica de hipótesis sigue siendo una asignatura pendiente del área académica del emprendimiento social. En la presente investigación hemos utilizado como proxy al impacto social las exportaciones y número de trabajadores. Sin embargo esto deja fuera otras formas de impacto social no recogidas en la base de datos sobre la que se basa este estudio.

El emprendimiento social es un campo de análisis que, como se puede observar, ofrece múltiples y prometedoras vías de investigación a los académicos interesados en explorarlas. Es un área aún en fase de maduración, que ofrece amplias oportunidades y, también, plantea algunos retos. La presente disertación afrontó desde el inicio los retos mencionados (limitado corpus de literatura, limitado desarrollo teórico, carencia de otros

⁷⁰ En el Anexo 1 se describen en detalle los requisitos básicos y potenciadores de eficiencia así como elementos de innovación y emprendimiento tal y como los define el modelo teórico del *Global Entrepreneurship Monitor*.

análisis empíricos sobre los que construir,...) con rigor y trabajo sistemático. La base de datos del *Global Entrepreneurship Monitor 2009* ofrece multitud de oportunidades de profundizar en la investigación cuantitativa del emprendimiento social. La aplicación de la teoría de la dependencia de recursos en este estudio demuestra las oportunidades de desarrollo teórico de esta área. El limitado corpus de literatura se irá completando con el trabajo de cada vez más investigadores interesados en la materia. En definitiva, la profesión académica tiene mucho que aportar al emprendimiento social, jugando un papel fundamental e irremplazable en el impulso a lo que se ha convertido en una herramienta mundialmente reconocida para resolver algunos de los problemas más acuciantes que afronta la humanidad. Esta investigación es nuestra humilde contribución a ello.

Anexos

Anexo 1 | ***Global Entrepreneurship Monitor:*** Descripción general del proyecto

En el capítulo cinco ofrecimos una breve descripción técnica de las bases de datos secundarios sobre las que se basa el análisis. En este anexo presentamos información adicional más detallada sobre el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*. *Global Entrepreneurship Monitor Project* (GEM) es una iniciativa global nacida en 1997 con el objetivo de desarrollar medidas e indicadores de emprendimiento en todo el mundo que permitan comprender mejor este fenómeno (N. Bosma et al., 2012). El proyecto se inició como un esfuerzo para unir a los académicos más reconocidos en el ámbito del emprendimiento para juntos desentrañar la compleja relación existente entre el emprendimiento y el desarrollo económico (Audretsch, 2007; P. Reynolds, Hay y Camp, 1999). Más concretamente, el *Global Entrepreneurship Monitor Project* persigue los siguientes tres objetivos:

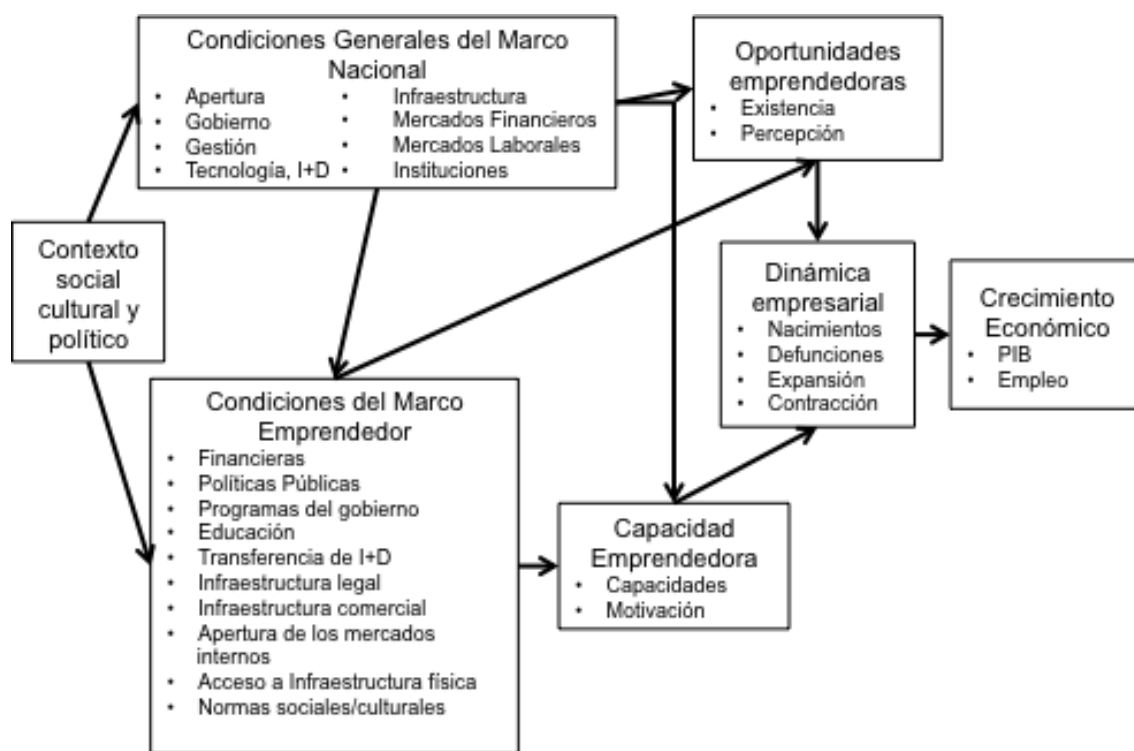
Medir las diferencias en actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras de los individuos en la mayor cantidad posible de economías por todo el mundo. Descubrir los factores que determinan la naturaleza y niveles de actividad emprendedora. Identificar implicaciones a la hora de desarrollar políticas de promoción del emprendimiento en una economía.

(N. Bosma et al., 2012, p. 7)

A1.1. Modelo teórico

El modelo teórico de GEM es un marco holístico que captura la tasa involucración en actividad emprendedora de la población de cada país para emprendimiento de tipos distintos y en fases diferentes. La necesidad de desarrollar un modelo teórico propio surge inmediatamente en el proyecto al darse cuenta de que los modelos ya existentes para explicar las condiciones nacionales necesarias para el crecimiento de empresas ya establecidas no son aplicables a las empresas de reciente creación (N. Bosma et al., 2012). A fin de salvar este escollo se desarrolla un modelo inicial que describe cómo el emprendimiento afecta el desarrollo económico de un país (Figura A1.1.).

Figura A1.1. Modelo *Global Entrepreneurship Monitor* de procesos de emprendimiento y crecimiento económico.



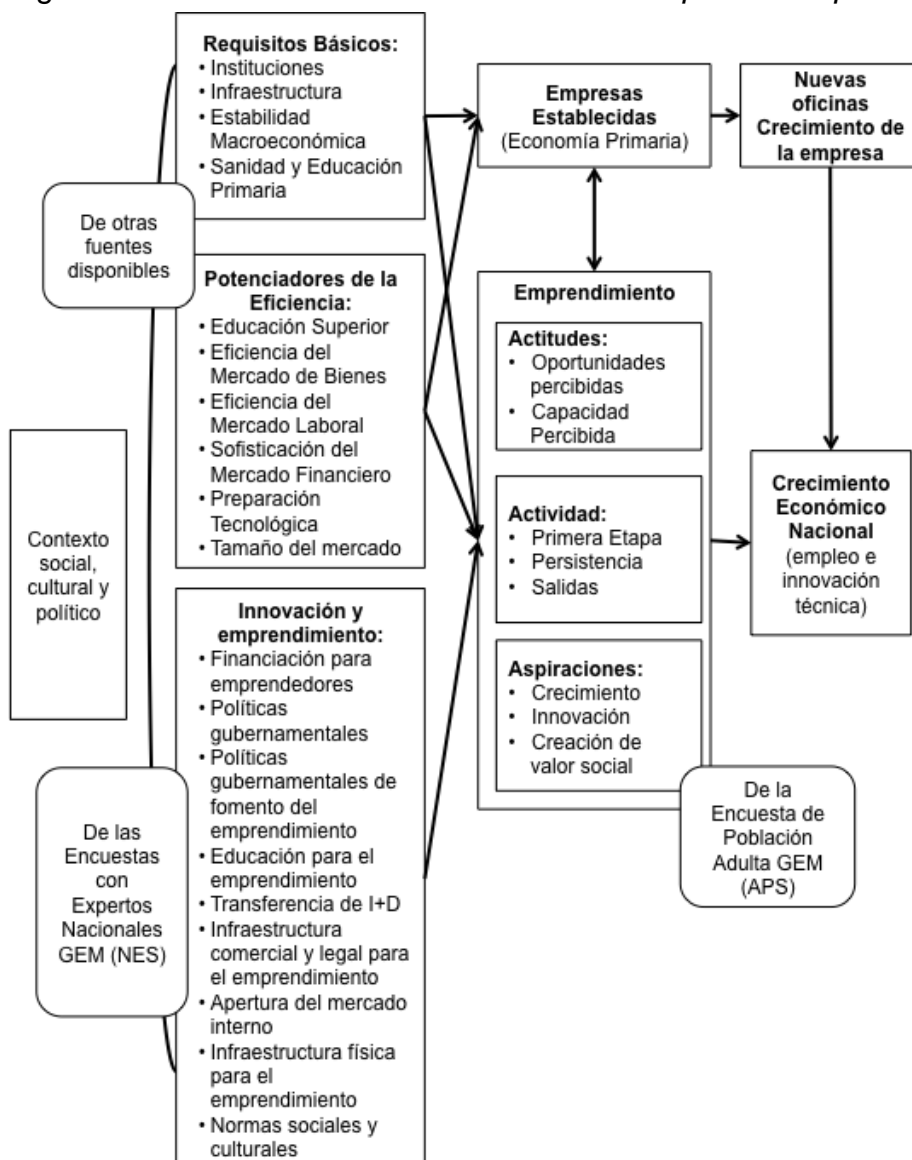
Fuente: P. Reynolds et al. (1999)

En este modelo, las condiciones del marco del emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions* en inglés) “reflejan los aspectos clave del entorno socio económico de un país que se espera que tendrán un impacto significativo en el emprendimiento” (N. S. Bosma y Levie, 2010, p. 11). Estas afectan tanto a la capacidad emprendedora como a las oportunidades emprendedoras, que a su vez afectan a la dinámica empresarial del emprendimiento, que, en última instancia, influye en el crecimiento económico.

El modelo inicial presentaba algunas limitaciones, entre ellas una limitada base teórica que le restaba solidez. Estas salvedades generaban problemas para los académicos que usaban los datos en sus investigaciones (N. Bosma, Acs, Autio, Codura y Levie, 2008). Tras diez años de recogida de datos y evolución en la comprensión de la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico, el modelo teórico del *Global Entrepreneurship Monitor Project* se actualizó para usarse el nuevo modelo por primera vez en la base de datos e informe 2008 (este modelo se explica en detalle en la Figura A1.2.) El modelo teórico revisado, expuesto por N. Bosma et al. (2008), introduce las siguientes modificaciones:

- A la hora de determinar la contribución del emprendimiento al crecimiento económico nacional considera tanto elementos del contexto social, cultural y político que afectan al entorno del emprendedor (los divide en requisitos básicos, potenciadores de la eficiencia y potenciadores de innovación y emprendimiento), como elementos del propio emprendedor (actitudes, actividad y aspiraciones).
- En este modelo la relación entre los tres componentes principales relativos al emprendedor, a saber actitudes hacia el emprendimiento, actividad emprendedora y aspiraciones emprendedoras, no se estructuran de una forma lineal sino que se considera que todas pueden influir en todas de formas que aún no han quedado establecidas (N. Bosma et al., 2008; N. S. Bosma y Levie, 2010).
- En cuanto a los elementos del contexto social, cultural y político que afectan al entorno del emprendedor (requisitos básicos, potenciadores de la eficiencia e innovación y emprendimiento), otra de las principales diferencias entre este modelo y el modelo original es que en este modelo se considera cómo entre las condiciones que afectan a la involucración en el emprendimiento unas son más importantes que otras en función de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país. Por ejemplo, el emprendimiento por necesidad es más común en países menos desarrollados mientras que el emprendimiento por oportunidad toma fuerza a medida que aumenta el nivel de desarrollo del país (N. Bosma et al., 2008) de modo que van tomando protagonismo distinto los requisitos básicos, luego los potenciadores de la eficiencia y, para las economías más desarrolladas, los potenciadores de innovación y emprendimiento.

Figura A1.2. Modelo teórico *Global Entrepreneurship Monitor* revisado.

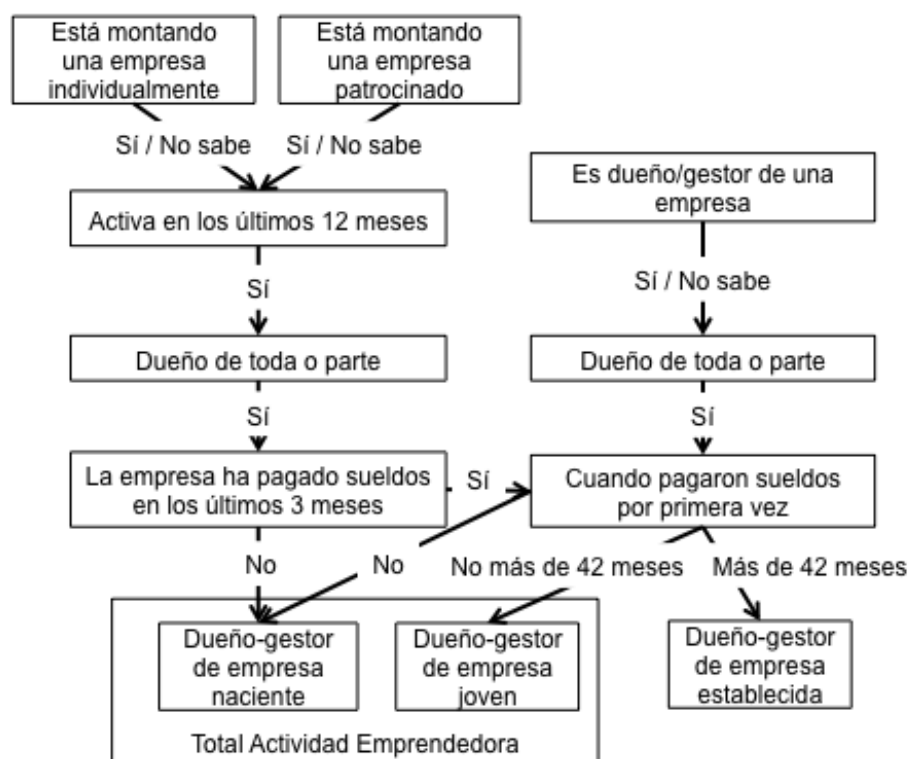


Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

Este modelo teórico mejorado es el que se empleó en el *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Special Report on Social Entrepreneurship*, sobre cuya base de datos se fundamenta la parte de estudio cuantitativo para la contrastación de hipótesis de este informe. En el año 2012 se introdujo una modificación adicional al marco teórico del *Global Entrepreneurship Monitor* a fin de capturar mejor las actividades de intraemprendimiento, es decir, el emprendimiento interno en que se involucran los empleados de las empresas ya establecidas. En la medida que este estudio no se centra en el ámbito del intraemprendimiento, no consideramos que la ausencia de un foco en esa cuestión en el marco teórico sobre el que se fundamenta la base de datos del informe de 2009 imponga limitación alguna a nuestro análisis.

Otra de las características del planteamiento teórico de *Global Entrepreneurship Monitor* es que, mientras otras fuentes de datos se fijan en empresas registradas, este esfuerzo investigador pone su foco en el individuo como emprendedor. El *Global Entrepreneurship Monitor* define personas activas en emprendimiento como “adultos en el proceso de montar una empresa de la que serán dueños (en parte) y/o son dueños y gestores en la actualidad de una empresa joven operativa” (Reynolds et al., 2005, p. 209). En la Figura A1.3. se describe la clasificación de emprendedores activos que usa el *Global Entrepreneurship Monitor* y las preguntas a través de las cuales se identifica a los emprendedores.

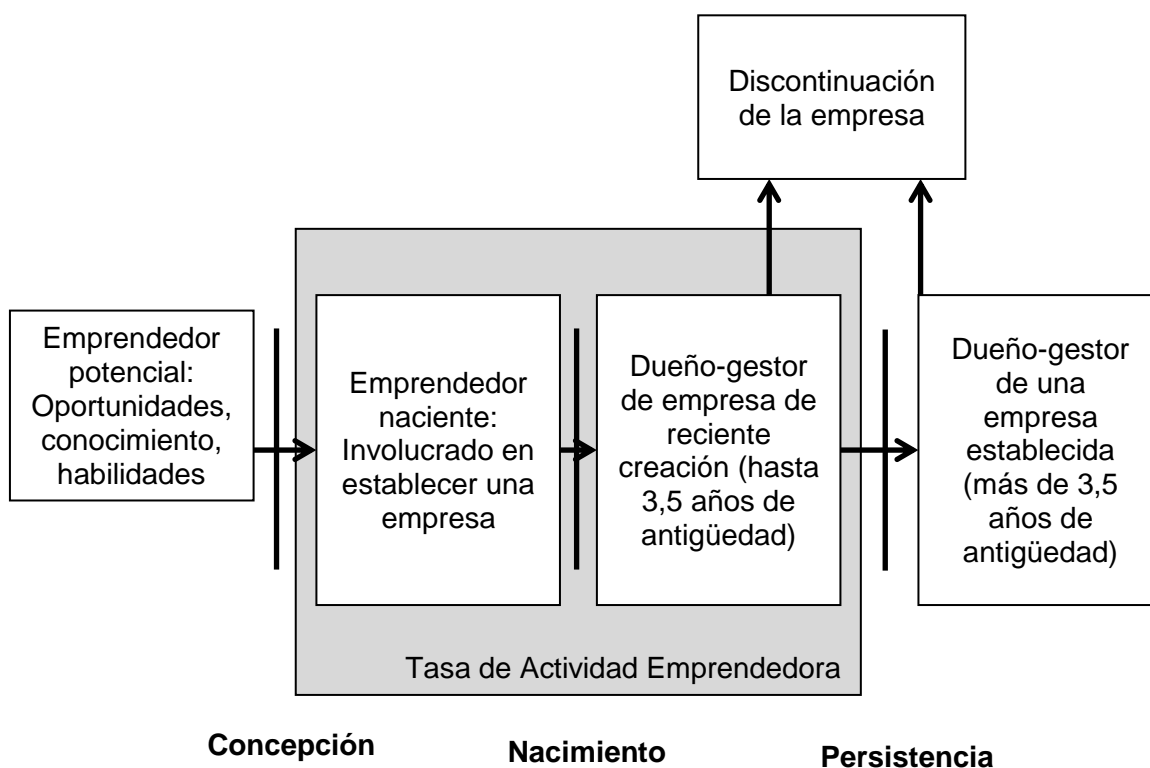
Figura A1.3. Clasificación de emprendedores activos.



Fuente: Adaptado de Paul Reynolds et al. (2005, p. 215)

Global Entrepreneurship Monitor también hace un esfuerzo por conceptualizar las distintas fases que atraviesa un emprendedor en su camino hacia desarrollar una empresa establecida (Figura A1.4.)

Figura A1.4. Fases del emprendimiento en el marco teórico de *Global Entrepreneurship Monitor*.



Fuente: N. Bosma et al. (2012)

A1.2. Superioridad de *Global Entrepreneurship Monitor* frente a otras alternativas para el presente estudio

Si bien cuando se gestó GEM apenas existían bases de datos alternativas para medir el emprendimiento, en la actualidad existen varias como son los indicadores de la OECD, el Programa Kauffman de Indicadores de Emprendimiento (EIP en sus siglas en inglés), los datos de empresas del Banco Mundial y las encuestas de emprendimiento del Eurobarómetro. Los rasgos diferenciales de GEM respecto de otras iniciativas son (N. Bosma et al., 2012):

- Usa un enfoque armonizado para medir el emprendimiento y las condiciones que conducen a él de modo que permite hacer agregaciones regionales y comparaciones entre países. Esto es fundamental para este estudio ya que buscamos obtener conclusiones a nivel de la Unión Europea, no país por país.

- El consorcio GEM incluye a más de 200 académicos especializados en investigar sobre el emprendimiento, lo que permite la continua mejora tanto del marco teórico como de los procesos de captura de datos. La novedad del foco académico en emprendimiento social hace que la revisión y actualización permanente de las bases de conocimiento al respecto sea especialmente importante.
- GEM se centra en los individuos que emprenden y no en las empresas registradas, lo que es coherente con la perspectiva socio económica de la iniciativa. Esto también es coherente con el objetivo de este estudio que trata de comprender la relación entre el emprendimiento social y el uso de nuevas tecnologías por parte de los emprendedores sociales. En el caso del emprendimiento social, al no existir una figura jurídica general bajo la que se registren todas las empresas sociales de la Unión Europea, el foco en el individuo es la única manera de lograr una medición armonizada a nivel regional.
- Entiende el emprendimiento como proceso, capturando sus distintas fases y tipología. En el caso del emprendimiento social, GEM plantea distintos tipos que sirven a nuestro análisis para aportar detalles sobre cómo la naturaleza de cada forma de ser emprendedor social afecta a la relación entre el emprendimiento social y las nuevas tecnologías.
- La recolección anual de datos para GEM ha permitido la creación de grandes bases de datos. Al ser este un estudio con una fuerte base cuantitativa la disponibilidad de una muestra suficientemente grande para la Unión Europea es fundamental.
- Al no seleccionar sectores como prerequisite, GEM puede identificar innovaciones en actividades en las que no es inmediatamente evidente que se vayan a dar. El emprendimiento social es un buen ejemplo de un ámbito en el que gran parte de las innovaciones no se producen en áreas obvias, como sería I+D.

Todo esto, junto con el hecho de que ninguna de las demás iniciativas recoge datos de emprendimiento social con la extensión y el rigor capturados por GEM, hacen del GEM 2009 la base de datos existente más adecuada para contrastar las hipótesis planteadas en este estudio.

Anexo 2

Global Entrepreneurship Monitor **Metodología de captura de información**

2009:

La validez de los resultados de este estudio depende en gran parte de la calidad de la base de datos sobre la que se basan que, aparte de depender del modelo teórico y cualidades de la iniciativa expuestas en el Anexo 1, dependen también de la calidad del procedimiento de recogida de datos. En este Anexo 2 discutimos en detalle la metodología de captura de la información seguida por GEM en 2009 para generar la Base de datos de población adulta GEM 2009.

A2.1. El ciclo de captura de datos de la Base de datos de población adulta *Global Entrepreneurship Monitor* 2009

Cada año el GEM hace encuestas a más de 2.000 individuos en cada país, tanto cara a cara como telefónicas, en el idioma local. La información recogida se refiere tanto a la actividad emprendedora como a características demográficas, económicas y sociales de los individuos y características institucionales de los países. La base de datos original incluye 54 países. Dentro de cada país se encuestó a una muestra representativa de 2.000 adultos. Para el presente estudio se ha limitado la base de datos a las observaciones de los países de la Unión Europea. La base de datos resultante tras eliminar las observaciones de países no pertenecientes a la Unión Europea tiene observaciones de los siguientes países: Grecia, Holanda, Bélgica, Francia, España, Hungría, Italia, Rumanía, Reino Unido, Alemania, Finlandia, Letonia, Croacia y Eslovenia.

El proceso de captura de datos de GEM se delegó a partir de 2004 en los equipos de GEM de cada país, con la supervisión del Equipo de datos GEM (*GEM Data Team* en inglés) en un proceso que sigue los siguientes pasos (N. Bosma et al., 2012):

1. El equipo de datos GEM define los requisitos de la encuesta, la muestra y los requisitos del método de recolección de datos, que se envía a los equipos nacionales. La Encuesta de población adulta exige como requisito que se obtenga una muestra representativa de al menos 2.000 adultos por país. El rango preferido de edad es 18-99 años. Geográficamente, todas las regiones deben estar representadas, incluyendo regiones tanto rurales como urbanas.
2. Cada equipo nacional decide si realizar ellos mismos la encuesta o subcontratarlo con una empresa especializada y envían su propuesta al equipo de datos GEM.

3. El equipo de datos GEM revisa la forma como cada equipo nacional propone cumplir con los requisitos GEM de recogida de datos y, en su caso, aprueba que se comience la recogida de datos.
4. Los equipos nacionales recogen una encuesta piloto cuyos resultados se envían al equipo de datos GEM. Los datos del piloto se examinan para identificar posible errores de codificación, exceso de valores perdidos, patrones de no respuesta, sesgos del muestreo...
5. Los equipos nacionales realizan la recolección completa de datos y comienzan con su preparación. El método de recogida de datos puede variar un poco de un país a otro. El método depende en gran parte de la penetración de teléfono en el país. Cuando la penetración de teléfono es mayor al 85% de hogares las encuestas pueden realizarse telefónicamente.
6. El equipo de datos GEM comprueba la calidad de los datos y los armoniza para combinarlos en una única base de datos. Este proceso incluye la limpieza de la base de datos, su codificación y ponderación de los datos para garantizar que es representativa y homogénea para todos los países.
7. Las bases de datos se envían de vuelta a los equipos nacionales para que revisen la calidad de los datos ya procesados.
8. Se produce la base de datos final, que se usa para generar el informe anual GEM.

A2.2. Características de la captura de datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009* en la Unión Europea país por país

A2.2.1. Alemania

Institución:	Agencia de Empleo Federal Alemana (BA), Universidad Leibniz de Hannover
Proveedor de datos:	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM) Bonn
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.2. Bélgica

Institución:	Escuela de Gestión Vlerick Leuven Gent
Proveedor de datos:	TNS Dimarso
Método de muestreo:	80% Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos), 20% telefónico línea móvil (panel de usuarios de teléfono móvil reclutados a través de métodos de muestreo aleatorios)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.3. Croacia

Institución:	J.J. Strossmayer University Osijek, Facultad de Económicas.
Proveedor de datos:	PULS, d.o.o., Zagreb
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.4. Eslovenia

Institución:	Instituto de Emprendimiento y Gestión de la Pequeña Empresa, Facultad de Económicas y Empresas, Universidad de Maribor.
Proveedor de datos:	RM Plus
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.5. España

Institución:	IE Business School, Equipos regionales (Universidad de Cádiz, Universidad de Oviedo, Universidad de Oviedo, Universidad de Zaragoza, Universidad de Las Palmas y La Laguna, Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria, Universidad de León, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Miguel Hernández de Valencia, Universidad de Extremadura, Universidad Santiago de Compostela, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Murcia, Universidad Pública de Navarra, Orkestra, Universidad de Deusto, Universidad del País Vasco, Universidad Mondragón, Fundación Escuela de Negocios de Andalucía en Ceuta y Melilla)
Proveedor de datos:	Instituto Opinometre s.l.
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria desde una lista), telefónico línea móvil (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.6. Finlandia

Institución:	Escuela de Económicas Turku
Proveedor de datos:	Taloustutkimus Oy
Método de muestreo:	Telefónico línea fija y telefónico línea móvil (marcación aleatoria desde una lista)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.7. Francia

Institución:	Escuela de Empresariales EMLYON
Proveedor de datos:	CSA
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.8. Grecia

Institución:	Fundación para la Investigación Económica e Industrial (IOBE)
Proveedor de datos:	Datapower SA
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos y marcación aleatoria desde una lista)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.9. Holanda

Institución:	EIM Business and Policy Research
Proveedor de datos:	Stratus
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.10. Hungría

Institución:	Universidad de Pécs, Facultad de Empresariales y Económicas.
Proveedor de datos:	Szocio-Gráf Piacés Közvélemény-Kutató Intézet
Método de muestreo:	Teléfono móvil (Marcación aleatoria desde una lista)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.11. Italia

Institución:	EnteR – Universidad Bocconi
Proveedor de datos:	Target Research
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria desde una lista)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.12. Letonia

Institución:	Instituto Teliasonera de la Escuela Stockholm de Económicas de Riga
Proveedor de datos:	SKDS
Método de muestreo:	Telefónico línea fija y móvil (marcación aleatoria de dígitos y marcación aleatoria desde una lista)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.13. Reino Unido

Institución:	Universidad Aston
Proveedor de datos:	IFF Research Ltd.
Método de muestreo:	Telefónico línea fija (marcación aleatoria de dígitos)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

A2.2.14. Rumanía

Institución:	Universidad Babeş-Bolyai
Proveedor de datos:	Metro Media Transilvania
Método de muestreo:	Cara a cara (para cada distrito electoral, con una muestra sistemática aleatoria)

Fuente: N. S. Bosma and Levie (2010)

Anexo 3 | **Base de datos: Descripción de las variables**

En este anexo se presenta cada una de las variables consideradas en la investigación cuantitativa, ofreciendo datos descriptivos básicos de las mismas.

A3.1. Base de datos general

Tabla A3.1. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis para la base de datos general.

	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
País de Origen	91632	30	386	72,02	100,831
Género	91632	1	2	1,50	,500
Edad (Agrupado GEM)	91632	1824	6598	3923,74	1453,121
Tamaño del hogar (agrupado)	91632	1	3	1,72	,673
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado en tercios GEM)	64459	33	68100	32001,0	33003,460
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	89664	0	6	3,35	1,260
Educación agrupado	89664	1,00	3,00	2,3457	,57087
Emprendedor social vs. comercial	7150	1	2	1,85	,361
Emprendedor social categorías	7150	1	4	3,65	,875
Novedad de la tecnología (3 tipos)	9794	1	3	2,70	,606
Novedad de la tecnología ><5años	9794	1	2	1,78	,416
Tiene clientes que viven fuera del país	9899	0	1	,41	,491
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	4022	1	4	1,71	1,076
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	9665	1	40	1,96	4,722
Innovación	11966	1	2	1,50	,500
Innovación en aspectos no tecnológicos	11814	0	1	,47	,499

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

A3.2. Base de datos comparada: Emprendedor social vs. Emprendedor comercial

Tabla A3.2. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis comparando emprendedores sociales con emprendedores comerciales en la Unión Europea.

Emprendedor social vs. comercial	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
Emprendedor social					
País de Origen	1102	30	386	97,19	127,770
Género	1102	1	2	1,37	,484
Edad (Agrupado GEM)	1102	1824	6598	3690,07	1353,219
Tamaño del hogar (agrupado)	1102	1	3	1,76	,696
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado GEM)	895	33	68100	39661,7	32738,897
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	1075	0	6	3,88	1,140
Educación agrupado	1075	1,00	3,00	2,5274	,53049
Novedad de la tecnología (3 tipos)	403	1	3	2,46	,746
Novedad de la tecnología ><5años	403	1	2	1,61	,489
Tiene clientes que viven fuera del país	385	0	1	,57	,496
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	218	1	4	1,74	1,087
Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas	668	0	1	,52	,500
Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	289	0	1	,70	,461
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	689	1	40	2,67	6,297
Innovación	1002	1	2	1,19	,392
Innovación en aspectos no tecnológicos	986	0	1	,78	,413

Emprendedor social categorías	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
Emprendedor comercial					
País de Origen	6048	30	386	72,49	101,704
Género	6048	1	2	1,31	,462
Edad (Agrupado GEM)	6048	182 4	6598	3947,92	1172,457
Tamaño del hogar (agrupado)	6048	1	3	1,79	,672
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado en tercios GEM)	4173	33	68100	39670,5 6	32639,395
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	5918	0	6	3,49	1,256
Educación agrupado	5918	1,00	3,00	2,4053	,56287
Novedad de la tecnología (3 tipos)	5815	1	3	2,73	,579
Novedad de la tecnología ><5años	5815	1	2	1,80	,401
Tiene clientes que viven fuera del país	5921	0	1	,37	,484
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	2213	1	4	1,64	1,041
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	5126	1	40	1,21	2,162
Innovación	6004	1	2	1,58	,493
Innovación en aspectos no tecnológicos	5920	0	1	,39	,488

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

A3.3. Base de datos comparada: Emprendedor social por categorías de emprendedor social

Tabla A3.3. Estadísticos descriptivos de las variables de análisis para la base de datos comparando categorías de emprendedor social en la Unión Europea.

Emprendedor social categorías	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
Emprendedor social ONG					
País de Origen	483	30	386	101,0	130,521
Género	483	1	2	1,41	,493
Edad (Agrupado GEM)	483	1824	6598	3978,4	1451,25
Tamaño del hogar (agrupado)	483	1	3	1,71	,694
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado en tercios GEM)	367	33	68100	39500,2	32862,7
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	471	0	6	3,97	1,076
Educación agrupado	471	1,00	3,00	2,5567	,5069
Novedad de la tecnología (3 tipos)	63	1	3	2,63	,710
Novedad de la tecnología ><5años	63	1	2	1,77	,427
Tiene clientes que viven fuera del país	64	0	1	,74	,442
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	47	1	4	1,82	1,094
Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas	397	0	1	,21	,408
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	344	1	40	3,38	7,857
Innovación	438	1	2	1,19	,392
Innovación en aspectos no tecnológicos	434	0	1	,78	,416

Emprendedor social categorías	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
Emprendedor social híbrido					
País de Origen	469	30	386	96,23	127,508
Género	469	1	2	1,35	,478
Edad (Agrupado GEM)	469	1824	6598	3543,67	1255,060
Tamaño del hogar (agrupado)	469	1	3	1,83	,694
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado en tercios GEM)	394	33	68100	39577,79	32695,159
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	456	0	6	3,84	1,190
Educación agrupado	456	1,00	3,00	2,5201	,55196
Novedad de la tecnología (3 tipos)	191	1	3	2,35	,763
Novedad de la tecnología ><5años	191	1	2	1,53	,501
Tiene clientes que viven fuera del país	180	0	1	,61	,489
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	110	1	4	1,73	1,070
Tiene ingresos de mercado para ES ONG e Híbridas	270	0	1	,99	,115
Porcentaje de Ingresos de Mercado mayor al 25%	270	0	1	,73	,443
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	290	1	40	2,13	4,452
Innovación	418	1	2	1,12	,325
Innovación en aspectos no tecnológicos	411	0	1	,84	,366

Emprendedor social categorías	N	Mín.	Máx.	Media	Desv. típ.
Emprendedor social con ánimo de lucro					
País de Origen	150	30	386	87,92	119,673
Género	150	1	2	1,32	,468
Edad (Agrupado GEM)	150	1824	5564	3220,44	1101,363
Tamaño del hogar (agrupado)	150	1	3	1,73	,691
Nivel de ingresos del hogar(Agrupado en tercios GEM)	134	33	68100	40350,9	32763,560
Nivel educativo (Armonizado NNUU)	148	1	6	3,68	1,157
Educación agrupado	148	1,00	3,00	2,4570	,53269
Novedad de la tecnología (3 tipos)	148	1	3	2,52	,722
Novedad de la tecnología ><5años	148	1	2	1,65	,479
Tiene clientes que viven fuera del país	141	0	1	,43	,497
% de clientes que vive fuera del país para los emprendedores que sí exportan_4grupos	60	1	4	1,69	1,125
Número total de trabajadores no dueños (Agrupado)	55	1	5	1,12	,424
Innovación	147	1	2	1,39	,489
Innovación en aspectos no tecnológicos	141	0	1	,62	,486

Fuente: Elaboración propia con datos de *Global Entrepreneurship Monitor 2009*

Bibliografía

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B. y Lehmann, E. E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 757-774.
- Aghion, P. y Howitt, P. (2009). *The economics of growth*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology (MIT) Press.
- Akingbola, K. (2006). Strategy and HRM in nonprofit organizations: evidence from Canada. *The International Journal of Human Resource Management*, 17(10), 1707-1725.
- Alvord, S. H., Brown, L. D. y Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- Amorós, J. E., Bosma, N., y Levie, J. (2013). Ten years of Global Entrepreneurship Monitor: accomplishments and prospects. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 5(2), 120-152.
- Arthur, W. B. (1989). Competing technologies, increasing returns, and lock-in by historical events. *The Economic Journal*, 99 (394), 116-131.
- Ashenfelter, O., Levine, P. B. y Zimmerman, D. J. (2003). *Statistics and econometrics: methods and applications*. Nueva York, NY: John Wiley y Sons, Inc.
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E. y Warning, S. (2005). University spillovers and new firm location. *Research Policy*, 34(7), 1113-1122.
- Austin, J., Gutiérrez, R., Ogliastri, E., y Reficco, R. (2006). *Effective management of social enterprises*. Cambridge, MA: David Rockefeller Center Series on Latin American Studies, Harvard University.
- Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.

- Bacchiega, A. y Borzaga, C. (2001). Social enterprises as incentive structures: an economic analysis. En Borzaga, C. y Defourny, J. (eds), *The Emergence of Social Enterprise*. Londres: Routledge, pp. 273–294.
- Bacq, S. y Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship y Regional Development*, 23(5-6), 373-403.
- Bach, J. y Stark, D. (2002). Innovative ambiguities: NGOs' use of interactive technology in Eastern Europe. *Studies in Comparative International Development*, 37(2), 3-23.
- Baker, T., Miner, A. S. y Eesley, D. T. (2003). Improvising firms: Bricolage, account giving and improvisational competencies in the founding process. *Research Policy*, 32(2), 255-276.
- Baker, T. y Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329-366.
- Balachandra, R., Goldschmitt, M. y Friar, J. H. (2004). The evolution of technology generations and associated markets: a double helix model. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51(1), 3-12.
- Barendsen, L. y Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader? *Leader to Leader*, 2004(34), 43-50.
- Baron, J. N., y Hannan, M. T. (2002). Organizational blueprints for success in high-tech start-ups: Lessons from the Stanford project on emerging companies. *California Management Review*, 44(3), 8-36.
- Baron, R. A. y Markman, G. D. (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 41-60.
- Basu, S. y Fernald, J. (2007). Information and Communications Technology as a General-Purpose Technology: Evidence from US Industry Data. *German Economic Review*, 8(2), 146-173.
- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of innovative entrepreneurship*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Beck, K., Beedle, M., Van Bennekum, A., Cockburn, A., Cunningham, W., Fowler, M., Jeffries, R. (2001). Manifesto for agile software developmentt: <http://agilemanifesto.org/>
- Best, M. (2001). *The new competitive advantage: the renewal of American industry*. Nueva York, NY:Oxford University Press.
- Bijker, W. E., Hughes, T. P., Pinch, T. y Douglas, D. G. (2012). *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology*. Cambridge, MA: MIT press.
- Bijker, W. E. y Law, J. (1992). *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, MA: MIT press.
- Blank, S. (2013a). *The four steps to the epiphany: Successful strategies for startups that win*. Pescadero, CA: KyS Ranch.
- Blank, S. (2013b). Why the lean start-up changes everything. *Harvard Business Review*, 91(5), 63-72.
- Borch, O. J., Førde, A., Rønning, L., Vestrum, I. K. y Alsos, G. A. (2008). Resource configuration and creative practices of community entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(2), 100-123.
- Borins, S. (2000). Loose cannons and rule breakers, or enterprising leaders? Some evidence about innovative public managers. *Public Administration Review*, 60(6), 498-507.
- Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Borzaga, C., Galera, G., y Nogales, R. (Eds.). (2008). *Social enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation: An examination of the concept and practice in Europe and the Commonwealth of Independent States*. [http://www.undp.ro/download/UNDP RBEC Report on Social Enterprises.pdf](http://www.undp.ro/download/UNDP_RBEC_Report_on_Social_Enterprises.pdf).
- Borzaga, C. y lanes, A. (2006). *L'economia della solidarietà: storia e prospettive della cooperazione sociale*. Roma: Donzelli.
- Boschee, J. (1995). Social entrepreneurship: Some non-profits are not only thinking about the unthinkable, they're doing it – Running a profit. *Across the Board, The Conference Board Magazine*, 32(3), 20.

- Boschee, J. (2007, Marzo). "Social innovation" and "social enterprise": A powerful combination. *Social Enterprise Reporter*.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Codura, A. y Levie, J. (2008). *GEM Global report 2008*. Washington D.C., GEM Consortium.
- Bosma, N., Coduras, A., Litovsky y. y Seaman, J. (2012). GEM Manual. A report on the design, data and quality control of the *Global Entrepreneurship Monitor*. Babson Park, MA: Babson College. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. Malaysia: Universiti Tun Abdul Razak.
- Bosma, N. S. y Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*.
- Brilliant. (2013). Fifty Years of Social Change. *Stanford Social Innovation Review* (Spring 2013), 26-28.
- Bruno, A. V. y Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 2(4), 288-315.
- Byers, T. H., Dorf, R. C. y Nelson, A. J. (2011). *Technology ventures: from idea to enterprise* (3rd ed.). Nueva York, NY: McGraw-Hill.
- Byrne, D. M., Oliner, S. D. y Sichel, D. E. (2013). Is the information technology revolution over? (Working Paper 2013-02). <http://www.aei.org/publication/is-the-information-technology-revolution-over/>
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Totowa, NJ: Rowman y Littlefield.
- Cimoli, M. y Dosi, G. (1995). Technological paradigms, patterns of learning and development: an introductory roadmap. *Journal of Evolutionary Economics*, 5(3), 243-268.
- Clare, C. (2009). Generational differences: Turning challenges into opportunities. *Journal of Property Management*, 74(5), 40-44.
- Cockburn, A. (2006). *Agile software development: the cooperative game* (2nd Ed.) <https://books.google.es>, Pearson Education.
- Comisión Europea. (2013). *Social Economy and Social Entrepreneurship*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.

- Comisión Europea. (2011). *Social Business Initiative*. Brussels: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.
- Criscuolo, C. (2015, August 24). Productivity Is Soaring at Top Firms and Sluggish Everywhere Else. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/08/productivity-is-soaring-at-top-firms-and-sluggish-everywhere-else>
- Cuervo, A. (2005). Individual and environmental determinants of entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 293-311.
- Cho, A. H. (2006). Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal. En J. Mair, J. Robinson, y K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp34–56). Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Choi, N. y Majumdar, S. (2013). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363-376.
- Christensen, C. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Clohesy, S. J., y Reis, T. K. (1999). *Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A Scan, Synthesis, and Scenario for Action* (Informe.). Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T. y Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here. *The Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Daily, C. M. (2002). Governance and Strategic Leadership in Entrepreneurial Firms. *Journal of Management*, 28(3), 387-412.
- Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Dearlove, D. (2004). Interview: Jeff Skoll. *Business Strategy Review*, 15(2), 51-53.

- Dees, J. G. (1998a). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1), 54-67.
- Dees, J. G. (1998b). The meaning of social entrepreneurship. *Stanford University*, Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 6pp.
- Dees, J. G. y Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, 1(3), 39-66.
- Defourny, J. (2004). Social enterprise in an enlarged Europe: concept and realities. *EMES European Research Network*, http://www.ces.ulg.ac.be/uploads/Defourny_J_2004_Social_enterprise_in_a_enlarged_Europe_concepts_and_realities.pdf, accessed November, 22, 2013.
- Defourny, J. y Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Defourny, J. y Nyssens, M. (2012). El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (75), 6-34.
- Desa, G. (2012). Resource Mobilization in International Social Entrepreneurship: Bricolage as a Mechanism of Institutional Transformation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 727-751.
- Desa, G. y Basu, S. (2013). Optimization or bricolage? Overcoming resource constraints in global social entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(1), 26-49.
- Desa, G., y Kotha, S. (2006). Ownership, Mission and Environment: An Exploratory Analysis into the Evolution of a Technology Social Venture. En J. Mair, J. Robinson, y K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 155-179). New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Diamond, J. (2000, 12 December). The Ideal Form of Organization. *The Wall Street Journal*.

- Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(04), 319-343.
- Drayton, B. (2006). Everyone a Changemaker. *Peer Review*, 7(3), 8-11
- Department of Trade and Industry. (2002). Social enterprise: a strategy for success. www.dti.gov.uk
- Ellis, W., Ratanawaraha, A., Diskul, D. y Chandrachai, A. (2012). Social Entrepreneurship as a Mechanism for Agro-innovation: Evidence from Doi Tung Development Project, Thailand. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23), 138-151.
- Emerson, J. (2003). The Blended Value Proposition: Integrating social and financial returns. *California Management Review*, 45(4), 35-51.
- Emerson, J. (2006), Moving ahead together: implications of a blended value framework for the future of social entrepreneurship. En Nicholls, A. (Ed.), *Social Entrepreneurship: New Paradigms of Sustainable Social Change* (pp. 391-406), Oxford, UK: Oxford University Press.
- Emerson, J., y Twersky, F. (Eds.). (1996). *New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation*. San Francisco, CA: The Homeless Economic Fund, the Roberts Foundation.
- Fowler, A. (2000). NGDOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654.
- Fulk, J. (1993). Social construction of communication technology. *Academy of Management journal*, 36(5), 921-950.
- Galdón, C. (2014). Emprendimiento social, una visión general. En A. N. Rodríguez, María Jesús; Fernández, Zulima; Revilla, Antonio (Ed.), *Manual de creación de empresas. De la oportunidad a la puesta en marcha* (pp. 649-667). Madrid: Civitas, Thomson Reuters.
- Galera, G. y Borzaga, C. (2009). Social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 5(3), 210-228.
- Gardin, L. (2006). A Variety of Resource Mixes inside Social Enterprises. En Nyssens, M. (ed.) *Social Enterprise - At the crossroads of market, public policies and civil society*, London and New York: Routledge, 111-36.

- Gardner, P. L. (1990). The technology-science relationship: Some curriculum implications. *Research in Science Education*, 20(1), 124-133.
- Gartner, W. B. (1985a). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W. B. (1985b). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Garud, R. y Karnøe, P. (2003). Bricolage versus breakthrough: distributed and embedded agency in technology entrepreneurship. *Research Policy*, 32(2), 277-300.
- Garud, R. y Kotha, S. (1994). Using the brain as a metaphor to model flexible production systems. *Academy of Management Review*, 19(4), 671-698.
- Garud, R. y Rappa, M. A. (1994). A socio-cognitive model of technology evolution: The case of cochlear implants. *Organization Science*, 5(3), 344-362.
- Ghoshal, S., Piramal, G. y Bartlett, C. A. (2002). *Managing radical change: What Indian companies must do to become world-class*. Nueva Delhi: Penguin Books India.
- Gilbert, B. A., McDougall, P. P. y Audretsch, D. B. (2008). Clusters, knowledge spillovers and new venture performance: An empirical examination. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 405-422.
- Gilson, L. L., Maynard, M. T., Young, N. C. J., Vartiainen, M. y Hakonen, M. (2015). Virtual Teams Research 10 Years, 10 Themes, and 10 Opportunities. *Journal of Management*, 41(5), 1313-1337.
- Gottfredson, M., Puryear, R. y Phillips, S. (2005). Strategic sourcing. *Harvard Business Review*, 83(2), 132-139.
- Griffiths, M. D. (2013). The socio-political, economic, and cultural determinants of social entrepreneurship activity: An empirical examination. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), 341-357.
- Griffiths, M. D., Gundry, L. K. y Kickul, J. R. (2013). The socio-political, economic, and cultural determinants of social entrepreneurship activity. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), 341-357.

- Grimes, M. G., McMullen, J. S., Vogus, T. J., y Miller, T. L. (2013). Studying the origins of social entrepreneurship: compassion and the role of embedded agency. *Academy of management review*, 38(3), 460-463.
- GSMA. (2015). *The Mobile Economy 2015*. GSM Association, Londres
- Hambrick, D. C. y MacMillan, I. C. (1984). Asset parsimony-managing assets to manage profits. *Sloan Management Review*, 25(2), 67.
- Hammer, M. (2003). *The agenda: What every business must do to dominate the decade*. Nueva York, NY: Random House Business Books.
- Han, L. (2008). Bricks vs clicks: entrepreneurial online banking behaviour and relationship banking. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 14(1), 47-60.
- Harada, T. (2010). The division of labor in innovation between general purpose technology and special purpose technology. *Journal of Evolutionary Economics*, 20(5), 741-764.
- Harper, D. A. (2002). *Entrepreneurship and the Market Process: An enquiry into the growth of knowledge*. Londres: Routledge.
- Helpman, E. y Trajtenberg, M. (1996). Diffusion of general purpose technologies. (Working paper 5773). National Bureau of Economic Research.
- Hillman, A. J., Withers, M. C. y Collins, B. J. (2009). Resource Dependence Theory: A Review. *Journal of Management*, 35(6), 1404-1427.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. y Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 479-491.
- Hoffman, J., Ramsey, K., y Estrin, D. (2015). Open Architecture and Standards in Mobile Health (J. Dallery, Ed.). En L. Marsch y S. Lord (Eds.), *Behavioural Healthcare and Technology. Using Science-Based Innovations to Transform Practice* (pp. 264-280). Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Holweg, M. y Helo, P. (2014). Defining value chain architectures: Linking strategic value creation to operational supply chain design. *International Journal of Production Economics*, 147, 230-238.

- Hoogendoorn, B., Pennings, H., y Thurik, A. (2009). What do we know about social entrepreneurship: An analysis of empirical research. *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), 71–112.
- Jassawalla, A. R. y Sashittal, H. C. (2002). Cultures that support product-innovation processes. *The Academy of Management Executive*, 16(3), 42-54.
- Jones, R., Latham, J. y Betta, M. (2008). Narrative construction of the social entrepreneurial identity. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 14(5), 330-345.
- Kanter, B. y Fine, A. (2010). The networked nonprofit. Hoboken, NJ: *Wiley*.
- Kerlin, J. A. (2006). Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences. *Voluntas*, 17(3), 246-262.
- Kerlin, J. A. (2009). *Social enterprise: A global comparison*. Lebanon, NH: UPNE.
- Kirkman, B. L., Rosen, B., Gibson, C. B., Tesluk, P. E. y McPherson, S. O. (2002). Five challenges to virtual team success: Lessons from Sabre, Inc. *The Academy of Management Executive*, 16(3), 67-79.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 60-85.
- Kline, R. y Pinch, T. (1996). Users as agents of technological change: The social construction of the automobile in the rural United States. *Technology and Culture*, 37(4), 763-795.
- Kline, S. J. (1985). What is technology? *Bulletin of Science, Technology y Society*, 5(3), 215-218.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Nueva York: Hart, Schaffner and Marx.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P. y Malhotra, M. K. (2007). *Operations management: processes and value chains*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall
- Kuemmerle, W. (2005). The Entrepreneur's Path to Global Expansion. *Sloan Management Review*, Winter, 42-49.

- Lance, M., Farrell-Singleton, P. y Sawilowsky, S. S. (2014). New Critical Values for the Winsorized t-Test. *British Journal of Applied Science y Technology*, 4(1), 113.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37, 76-104.
- Lasprogata, G. A. y Cotten, M. N. (2003). Contemplating “enterprise”: The business and legal challenges of social entrepreneurship. *American Business Law Journal*, 41(1), 67-114.
- Lawrence, T. B., Morse, E. A., y Fowler, S. W. (2005). Managing your portfolio of connections. *IEEE Engineering Management Review*, 33(4), 58.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of the Social Entrepreneur*. Londres: Demos.
- Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S. y Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the *Global Entrepreneurship Monitor* social entrepreneurship study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714.
- Lévi-Strauss, C. (1966). *The savage mind*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Levi y. (1999). Community and hybrid multi-stakeholder co-operatives: a comparison. *Review of International Cooperation*, 92, 83-94.
- Ley 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas, Jefatura del Estado, 170 Cong. Rec. (1999).
- Little, R. J. A. (1988). A test of missing completely at random for multivariate data with missing values. *Journal of the American Statistical Association*, 83(404), 1198-1202.
- MacMillan, K., Money, K., Money, A. y Downing, S. (2005). Relationship marketing in the not-for-profit sector: an extension and application of the commitment–trust theory. *Journal of Business Research*, 58(6), 806-818.
- Magee, L., Robb, A. L. y Burbidge, J. B. (1998). On the use of sampling weights when estimating regression models with survey data. *Journal of econometrics*, 84(2), 251-271.

- Mair, J. y Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 419-435.
- Mair, J. y Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J., Robinson, J. y Hockerts, K. (2006). *Social entrepreneurship*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Mair, J. y Schoen, O. (2007). Successful social entrepreneurial business models in the context of developing economies. *International Journal of Emerging Markets*, 2(1), 54-68.
- Malerba, F. y Orsenigo, L. (1996). Schumpeterian patterns of innovation are technology-specific. *Research Policy*, 25(3), 451-478.
- Malone, T. W. (1997). Is Empowerment Just a Fad? Control, Decision Making, and IT. *Sloan Management Review*, 38(2), 23-35.
- Martin, R. L. y Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.
- Maurya, A. (2012). *Running lean: iterate from plan A to a plan that works* (2^a Ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Mezias, S. J. y Kuperman, J. C. (2001). The community dynamics of entrepreneurship: the birth of the American film industry, 1895–1929. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 209-233.
- Miller, T. L. y Wesley li, C. L. (2010). Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists' Decision Criteria. *Entrepreneurship: Theory y Practice*, 34(4), 705-733.
- Miner, A. S., Bassof, P. y Moorman, C. (2001). Organizational improvisation and learning: A field study. *Administrative Science Quarterly*, 46(2), 304-337.
- Mises, L. v. (1949). *Human action*. Auburn, AL: Ludwig von Mises Institute.

- Morales-Gutiérrez, A. C., Ariza-Montes, J. A. y Rodríguez, N. M. M. (2012). El emprendedor social y el E-empowerment de las redes virtuales. *CIRIEC-España*, (75), 153.
- Newbert, S. L. y Tornikoski, E. T. (2013). Resource Acquisition in the Emergence Phase: Considering the Effects of Embeddedness and Resource Dependence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 249-280.
- Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Nueva York: Oxford University Press.
- Nohria, N., Joyce, W. and Roberson, B. (2003). What Really Works, *Harvard Business Review*, 81(7): 42–55
- Nyssens, M. (2007). *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*. Nueva York: Routledge.
- O'Hara, P. (2001). Ireland: Social enterprises and local development. En C. B. J. Defourny (Ed.), *The emergence of social enterprise* (pp. 149–165). Londres/Nueva York: Routledge.
- OCDE. (1999). *Social Enterprises*. Paris: OECD.
- Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource-based views. *Strategic Management Journal*, 18(9), 697-713.
- Orlikowski, W. J. (1992). The duality of technology: Rethinking the concept of technology in organizations. *Organization Science*, 3(3), 398-427.
- Pättiniemi, P. (2006). *Development of legal framework for social enterprises in Finland*. Paper presented at the OECD-LEED Seminar on “Emerging Models of Social Entrepreneurship: Possible Paths for Social Enterprise Development in Central East and South East Europe”, Zagreb.
- Peredo, A. M. y Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.
- Porter, M. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79, 62-78.
- Porter, M. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Nueva York: Simon and Schuster.

- Priem, R. L., Li, S. y Carr, J. C. (2012). Insights and new directions from demand-side approaches to technology innovation, entrepreneurship, and strategic management research. *Journal of Management*, 38(1), 346-374
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., . . . Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor*. Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Reynolds, P., Hay, M. y Camp, M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurship Development. <http://www.gemconsortium.org/report>
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Nueva York: Random House LLC.
- Roberts, D. y Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Rosenberg, N. (1976). *Perspectives on technology*. Londres: Cambridge University Press.
- Rosenberg, N. (1982). *Inside the black box: Technology and economics*. Londres: Cambridge University Press.
- Ryan, W. P., y Overton, G. W. (2002). The new landscape for nonprofits. En V. Futter y J. A. Cion (Eds.), *Nonprofit Governance and Management* (pp. 13-28). Chicago, IL: American Bar Association.
- Sachs, S., Post, J. E. y Preston, L. E. (2002). Managing the extended enterprise: The new stakeholder view. *California Management Review*, 45(1), 6-28.
- Salamon, L. M. (1993). The marketization of welfare: Changing nonprofit and for-profit roles in the American welfare state. *The Social Service Review*, 67(1), 16-39.
- Salancik, G. R. y Pfeffer, J. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Nueva York: Harper and Row.
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335-351.

- Schmidt, L., O'Connell, C., Miyake, H., Shah, A. R., Baron, J., Nieboer, G., Jourdan, R., Senty, D., Winkelman, Z., Taggart, L., Sondergaard S. y Robinson, N. (2015) *Cyber Practices: What Can the U.S. Air Force Learn from the Commercial Sector?*. Santa Monica, CA: RAND Corporation,
- Schramm, C. J. (2004). Building entrepreneurial economies. *Foreign Affairs-New York-*, 83, 104-115.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (10ª Edición), Nueva Jersey, NJ: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Nueva York: Routledge.
- Seanor, P. y Meaton, J. (2007). Making sense of social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 90-100.
- Seelos, C. y Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246. doi:10.1016/j.bushor.2004.11.006
- Shah, R. y Ward, P. T. (2003). Lean manufacturing: context, practice bundles, and performance. *Journal of Operations Management*, 21(2), 129-149.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
- Shane, S. (2001). Technology regimes and new firm formation. *Management Science*, 47(9), 1173-1190.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Short, J. C., Moss, T. W. y Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161-194.
- Somerville, P. (2012). Understanding Social Enterprise: Theory and Practice. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 13(3), 220-221.

- Steyaert, C. y Hjorth, D. (2008). *Entrepreneurship as social change: A third new movements in entrepreneurship book*. Cornwall: Edward Elgar Publishing.
- Tapscott, D., Ticoll, D. L. y Lowy, A. (2000). *Digital Capital: Harnessing the power of business webs*. Harvard Business School Press, Boston.
- Teece, D. J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15(6), 285-305.
- Terjesen, L., Justo, Bosma. (2009). 2009 Report on Social Entrepreneurship. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Terjesen, S. L., Jan; Justo, Rachida; Bosma, Niels. (2009). 2009 Report on Social Entrepreneurship. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Thompson, J. L. (2008). Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached?: A summary of issues and discussion points. *Social Enterprise Journal*, 4(2), 149-161.
- Trimi, S. y Berbegal-Mirabent, J. (2012). Business model innovation in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449-465.
- Tsoukas, H. (1996). The firm as a distributed knowledge system: a constructionist approach. *Strategic management journal*, 17, 11-25.
- Ucbasaran, D., Westhead, P. y Wright, M. (2001). The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 57-80.
- Ulrich, K.T. y S.D. Eppinger (2004). *Product Design and Development* (3ª Ed). Nueva Jersey: McGraw-Hill,
- UNICEF Zambia. (2012). *Project Mwana: Using mobile technology to improve early infant diagnosis of HIV*. Consultado en http://www.unicef.org/partners/Partnership_profile_2012_Mwana_Zambia_V2_approved.pdf
- Usher, A. P. (1954). *A History of Mechanical Inventions: Revised Edition*. Nueva York, NY: Courier Corporation.

- Van Praag, M. (2005). *Successful entrepreneurship: Confronting economic theory with empirical practice*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Van Putten II, P. y Green, R. D. (2011). Does it take an economic recession to advance social entrepreneurship? *Research in Business y Economics Journal*, vol. 3, p. C1-C10.
- VanSandt, C. V., Sud, M. y Marmé, C. (2009). Enabling the original intent: Catalysts for social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 90(3), 419-428.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(1), 119-138.
- Venkataraman, S. (2004). Regional transformation through technological entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 153-167.
- Villanueva, J., Van de Ven, A. H. y Sapienza, H. J. (2012). Resource mobilization in entrepreneurial firms. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 19-30.
- Von Hippel, E. (1986). Lead users: a source of novel product concepts. *Management Science*, 32(7), 791-805.
- Waddock, S. A. y Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public Administration Review*, 51(5), 393-401.
- Wadhwa, V., Freeman, R., y Rissing, B. (2010). Education and tech entrepreneurship. *innovations*, 5(2), 141-153.
- Weerawardena, J. y Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
- Wei-Skillern, J.C., Austin, J.E., Leonard, H.B., y Stevenson, H.H. (2007). *Entrepreneurship in the social sector*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Welsh, D. H. B. (2012). The evolution of social entrepreneurship: what have we learned? *Journal of Technology Management in China*, 7(3), 270-290.

- Wong, P. K., Ho y. P. y Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.
- Wooldridge, J. (2012). *Introductory econometrics: A modern approach*. Mason, OH: Cengage Learning.
- Young, D. y Salamon, L. (2002). Commercialization, Social Ventures, and For-Profit Competition. En L. M. Salamon (Ed.), *The State of Nonprofit America* (pp. 423–446). Washington DC: Brookings Institution.
- Young, D. R. (2013). *If not for profit, for what?* (1983 Print Edition), Lexington, MA: Lexington Books.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. y Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.
- Zahra, S. A., Ireland, R. D., Gutierrez, I. y Hitt, M. A. (2000). Introduction to Special Topic Forum Privatization and Entrepreneurial Transformation: Emerging Issues and a Future Research Agenda. *Academy of Management Review*, 25(3), 509-524.
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O. y Hayton, J. C. (2008). Globalization of social entrepreneurship opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131.
- Zeyen, A., Beckmann, M., Mueller, S., Dees, J. G., Khanin, D., Krueger, N., y Walske, J. (2013). Social Entrepreneurship and Broader Theories: Shedding New Light on the 'Bigger Picture'. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(1), 88-107.
- Zimmerman, M. A. y Zeitz, G. J. (2002). Beyond survival: Achieving new venture growth by building legitimacy. *Academy of Management Review*, 27(3), 414-431.

Páginas web:

Ashoka España: <http://spain.ashoka.org/ashoka-espana>

Banco Mundial. (1999-2015). <http://databank.worldbank.org>

Comisión Europea: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business

fundacionlealtad.org. (2016). Consultado en www.fundacionlealtad.org

Schwabfound.org: <http://www.schwabfound.org/content/about-us-0>

SEKN: <http://www.sekn.org/cms/>

skollfoundation.org: <http://www.skollfoundation.org/about/>

SpainAshoka.org: <http://spain.ashoka.org/alianzas-con-empresas>

